

Die gebruik van klank om nuus op die

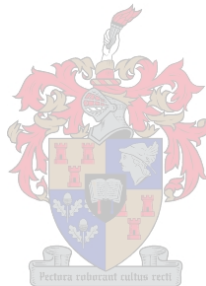
Internet oor te dra

Tinus de Jager

Werkstuk ingelewer ter gedeeltelike voldoening aan die vereistes vir

die graad van Magister in die Lettere en Wysbegeerte aan die

Universiteit van Stellenbosch



Studieleier: Dr. George Claassen

April 2003

"Verklaring

Ek, die ondergetekende, verklaar hiermee dat die werk in hierdie werkstuk vervat, my eie oorspronklike werk is en dat ek dit nie vantevore in die geheel of gedeeltelik by enige universiteit ter verkryging van 'n graad voorgelê het nie.

Handtekening

Datum

Opsomming

In hierdie werkstuk ontleed ek die gebruik van klank as 'n werktuig om nuus aan die Internetgebruiker oor te dra. Ek gaan van die beginsel af uit dat nuusklank op sy eie, met ander woorde soos dit op die radio uitgesaai word, wel 'n effektiewe, vinnige metode is om nuus aan massas mense oor te dra. Die vraag word gevra of klank op dieselfde manier, met dieselfde grondbeginsels en gebruike, 'n effektiewe medium is om nuus op die Internet aan te bied. Dié vraag word in teenstelling geplaas met die moontlikhede dat klank liefs op die radio hoort en nie deel behoort te wees van nuuswebtuistes nie, of dat daar wesenlike veranderinge gemaak behoort te word aan die nuus wat op die radio aangebied word, voor dit effektief op die Internet gebruik kan word.

In die eerste hoofstuk kyk ek na die oorsprong en geskiedenis van radio en daarna na die ontwikkeling van nuus op radio. Ek behandel die beginsels van radionuus, met die doel om hierdie kenmerke dan later in die werkstuk (hoofstuk 5) te gebruik as die grondbeginsels vir 'n model vir die gebruik van klank om nuus op die Internet oor te dra.

Ek kyk na die goeie en slegte praktyke wat in die oordrag van nuus op radio ontstaan het en probeer hierdeur sif om nie dieselfde swakplekke by die bogenoemde model in te sluit nie. In hierdie hoofstuk formuleer ek dan definisies vir die verskillende gebruike van klank om nuus oor die radio oor te dra. Hierdie definisies word ook later gebruik in die model vir die effektiewe gebruike van nuusklank op die Internet.

In die tweede hoofstuk kyk ek na die oorsprong van die Internet, en dan (in meer detail) na die ontstaan van nuuswebtuistes. Ek ontleed die manier waarop inligting aan Internetgebruikers oorgedra word, op webtuistes wat spesifiek vir nuus geskep is, maar ek vergelyk dit ook met 'n webtuiste wat na my mening die Internet se kenmerke behoorlik aanwend om inligting oor te dra, nl. NationalGeographic.com.

Die goeie en slegte punte van die oordrag van inligting op die medium word ontleed, om ook later deel te vorm van die model in hoofstuk 5.

Ek kyk in die derde hoofstuk na die tegnologiese ontwikkeling van die Internet en die gebruik van multimedia op die netwerk. Daar word ook geraak aan die

toekomsmoontlikhede van die oordrag van groot hoeveelhede data (soos klank en video) op die netwerk.

Soos die tegnologie ontwikkel, moet die persoon wat die produk daarstel ontwikkel, en ek kyk na die vereistes wat aan joernaliste/vervaardigers van Internetnuus gestel word.

In die vierde hoofstuk vergelyk ek die Internetaanbiedings van 'n spesifieke nuusgebeurtenis, die aanval op Amerika op 11 September 2001, van drie nuuswebtuistes. Ek kyk na die aanbiedings van die BBC, CNN en die SAUK, spesifiek na die gebruik van teks, grafika, video en klank om nuus aan Internetgebruikers oor te dra. Die (goeie en minder goeie) gebruik van klank op dié drie webtuistes vorm dan die basis van die model wat ek in hoofstuk 5 aanbied.

Die vyfde hoofstuk word gewy aan die daarstelling van 'n model om klank as nuusmedium op die Internet te gebruik. Ek kyk na die beginsels van die goeie gebruik van klank wat in die eerste hoofstuk daargestel is en probeer dit verwerk vir gebruik op die Internet.

Hoewel ek nie spesifiek die gebruik van ander media, soos teks, video en grafika, behandel nie, doen ek in hoofstuk 5 voor dat die model vir al die hulpmiddels op die Internetnuuswebtuiste kan geld.

Summary

In this work I explore the use of sound as a means of presenting news to the user of the Internet. I accept that news sound as such, as it is presented on radio, is an effective mass communication medium. From there I ask the question if this sound, with the same underlying principles used in radio, can be effectively used on the Internet. This opposed to real changes made in the gathering, preparation and presentation of sound to be effective on the Information Superhighway.

In the first chapter I look at the methods (good and bad) utilized to present sound on the radio. When I present a model for Internet use later in the work (chapter 5) I use these as a starting point. Some definitions are formulated, which also become important in chapter 5.

In the second chapter I touch on the origins of the Internet and the use of web sites to provide a news service. I explore the methods employed by news specific sites to communicate information to Internet users and I

compare that to uses on a non-news site, in this case National Geographic.com. Again I use the positive aspects of the study of these sites to form part of the model presented in chapter 5.

Chapter 3 is dedicated to the technological development of the Internet and the use of multimedia to convey information. I also touch on the future of the information system and the expectations and requirements these developments would put on journalists working on the medium.

In chapter 4 I compare the way in which three news sites handled the covering of the terrorist attack on America. Because of the territorial advantage, I choose to look at the coverage one year after the event. The positive use of text, video, sound and images on these three sites are used to format the model in the next chapter.

As said previously, chapter 5 contains a model for the use of multimedia, specifically sound, to convey news information on the Internet. While the focus is on sound, I suggest here that the model is applicable to all the aids available to the Internet producer.

Inhoudsopgawe

1. Opsomming/Summary p.3
2. Hoofstuk 1: Die gebruik van klank om nuus op die radio oor te dra p.7
3. Hoofstuk 2: Die hedendaagse gebruike van tradisionele media om nuus op die Internet oor te dra p.15
4. Hoofstuk 3: Die toekoms van klank op die Internet: Is die pyp te nou? P.24
5. Hoofstuk 4: 'n Vergelyking van webtuistes se aanbiedinge oor 'n enkele nuusgebeurtenis: 11de September 2001, 'n jaar later p.28
6. Hoofstuk 5: 'n Model vir die gebruik van klank as hulpmiddel om nuus op die Internet aan te bied P.40
7. Gevolgtrekking p.47
8. Bibliografie: p.50

Hoofstuk 1

Die gebruik van klank om nuus op die radio oor te dra: definisies, goeie en slegte gebruike.

1895 Italian inventor Guglielmo Marconi transmitted a message in Morse code that was picked up about 3km away by a receiving device that had no wired connection to Marconi's transmitting device (Hirsch, Kett & Trefil: 570).

Dié gebeurtenis het nuwe era ingelei. 'n Era waarin die radio inligting op 'n goedkoop manier aan die massas beskikbaar stel. Die eindproduk, waarna ons vandag luister, verskil hemelsbreed van die eerste uitsending. Waar die eertydse radio 'n nutjie was en luisteraars ingeskakel het vir die blote rede dat klank hulle ore bereik het, staan radio vandag in kompetisie met 'n verskeidenheid media wat klank en beeld aan die massas beskikbaar stel. Verskillende radiostasies ding mee om dieselfde luisteraars. Televisie en, in 'n mindere mate sover, die rekenaar het die "room" van die radio se luisteraars geworf. Wanneer die joernalis dan die luisteraar voor die radio kry, moet hy alles tot sy beskikking gebruik om nuus op 'n bevredigende wyse oor te dra om die luisteraar voor sy radio en op die joernalis se stasie te hou.

Wat is die nuusklank wat gebruik word op radio?

In 1920 het 'n radiostasie in Pittsburgh, Pennsilvanië, verslag gedoen oor die uitslae van die Amerikaanse presidentsverkiesing. Warren G. Harding het die president geword (1921-1923), maar, en sommige sê meer belangrik, dit was ook die eerste keer wat nuus amptelik op die radio uitgesaai is (Bliss & Patterson: 4). Radionuus het ontwikkel in die meer as tagtig jaar sedert 1920, maar die medium bly dieselfde. Radio is klank. Die produk wat die luisteraar hoor is 'n samevoeging van vibrasies tussen ongeveer 15 en 20 000 Hz; woorde en klanke wat een keer op die oor val en óf verstaan óf geïgnoreer word.

Radionuus is niks meer nie. Die radiojoernalis het twee gereedskapstukke tot sy beskikking om nuus aan die luisteraar oor te dra. Die eerste is tekste en die tweede is nuusklank.

Edward Bliss Jr., 'n professor in joernalistiek aan die Universiteit van Columbia en 'n veteraan uitsaaiër, word aangehaal as te sê radionuus is een van die mees verstaanbare tekste in enige medium (Rosenbaum & Dinges: 65). Die rede: 'n radiojoernalis het net een kans om

verstaan te word, omdat die luisteraar die boodskap net een keer hoor.

Ek definieer nuusklank as klank wat deur die joernalis opgeneem en teruggespeel word, of terwyl dit gebeur uitgesaai word, met die doel om inligting aan die luisteraar oor te dra. Ek plaas nuusklank teenoor nuusteks, wat ek definieer as teks wat deur die joernalis geskryf word, maar wat deur 'n aanbieder voorgedra word.

My uitgangspunt in hierdie hoofstuk, maar ook in daaropvolgende hoofstukke, is dat **nuusklank 'n werktuig is wat deur die joernalis/vervaardiger gebruik word om waarde by 'n radionuusstorie te voeg.**

Met waardetoevoeging bedoel ek om 'n nuusberig meer verstaanbaar te maak, of om die luisteraar se aandag op 'n spesifieke berig te vestig. Die nuusklank kan die stem van 'n nuusmaker wees, die agtergrondklank van 'n nuustoneel, 'n stemverslag van die joernalis, of natuurlik 'n kombinasie van die drie. Ook 'n onderhoud in sy geheel, met die joernalis wat vrae vra en die nuusmaker/interpreteerder wat antwoord, is 'n voorbeeld van nuusklank.

Lyndon Johnson, die adjunk-besturende-direkteur en nuusbestuurder van Radio Oranje, omskryf die doel van nuusklank in 'n persoonlike onderhoud in April 2002 soos volg: "Dit word gebruik om waarde toe te voeg tot jou nuusberig. Dit skep ook 'n afwisseling van die nuusleser se stem, en hou dus die luisteraar meer geïnteresseerd. Dit kan ook gebruik word in kontroversiële stories, waar jy die nuusmaker kan gebruik om dit te sê wat dalk opskudding kan veroorsaak. Agtergrondklank kan gebruik word om die luisteraar te vervoer na die plek waar die nuusstorie plaasvind, en om 'n atmosfeer te skep. Dit stimuleer ook die verbeelding."

NUUSBULLETINS

Die eindproduk, in 'n kombinasie van nuusteks en nuusklank, word volgens tradisionele wysheid op twee maniere aan die luisteraar aangebied. Die eerste is die nuusbuletin. Suid-Afrikaanse radiostasies (soos GoodhopeFM, Radio Oranje, SAfm, RSG) saai bulletins van sowat drie tot ses minute op die uur uit, met hooftrekke al om die halfuur in bulletins van sowat 45 to 60 sekondes. Nuusklank word grotendeels in die langer, uurlikse bulletins gebruik en dit neem gewoonlik die volgende vorms aan:

1. Klankgrepe
2. Stemverslae

3. Agtergrondklank

Met **klankgrepe** word verwys na uitlatings (in onderhoude of mediakonferensies) van nuusmakers of interpreteerders van nuus. Die nuusteks lei die luisteraar die verslag in, baie soos wat die inleidingsparagraaf in geskrewe nuusverslae doen. Die hoe, wat, wanneer, wie en waarom word steeds gebruik om die luisteraar se nuuskierigheid te bevredig, selfs al word die klankgreep wat op die nuusteks moet volg om een of ander tegniese rede nie uitgesaai nie.

Die nuus moet duidelik aan die luisteraar oorgedra word. Irving Fang sê as die joernalis dit kan regkry, en die luisteraar die nuus verstaan en die interessant vind sodat hy daaraan aandag gee, sal hy ingeskakel bly en die joernalis sal sy rol vervul (Fang: 20).

Byvoorbeeld:

Nuusteks: *Wilgenhof het homself nie wangedra nie. Die Universiteit van Stellenbosch het 'n ondersoekraad gelas om bewerings dat een van die koshuis se studente deur 'n tuggroep aangerand is, te ondersoek. Hulle bevindinge is vandag bekend gemaak. Die rektor, Professor Andreas van Wyk, het die bevindinge aanvaar en geen verdere stappe sal geneem word nie.*

In dié nuusteks word al die luisteraar se behoeftes (wie, wat, waar, hoe en wanneer) bevredig. Deur nou verdere inligting in te sluit, loop die joernalis gevaar om die luisteraar te verwar. 'n Klankgreep kan die nuus steeds interessant en verstaanbaar laat klink, sonder om die luisteraar te verwar.

Nuusklank: *Die universiteit is tevrede dat die ondersoek deeglik gedoen is en dat die Koshuis nie die reglement oortree het nie. Die ondersoekraad het wel aanbeveel dat sekere veranderinge aan die universiteit se reëls gemaak word om studente se menseregte verder te beskerm en ons sal dit opvolg.*

Die rektor herhaal nie enige van die inligting wat in die nuusteks oorgedra is nie. Die klankgreep bou voort op die teks en gee geloofwaardigheid daaraan. Dit dra nog inligting oor aan die luisteraar en, in ideale omstandighede, maak die klankgreep die nuusberig meer verstaanbaar.

Om nuusklank, hetsy 'n klankgreep, stemverslag of agtergrondklank, te gebruik wat bloot die inligting in die nuusteks herhaal, is sinneloos. Johnson definieer die klankgreep as volg: "'n Goeie klankgreep is uit die aard

van die saak 'n klanksnit van die nuusmaker, wat sinvol volg op die inleiding. Dit moet 'n uitbouing wees van dit wat jy in jou inleiding sê. Dit moet "skoon" klank wees, dit wil sê daar moet nie distorsie wees nie en dit moet ook nie te sag wees nie. 'n Klankgreep moet na my mening tussen 10 en 15 sekondes lank wees."

Soveel keer, veral waar daar van misdaadtonele verslag gedoen word, word die besonderhede van 'n misdaad in die nuusteks aan die luisteraar oorgedra, om net daarna deur 'n opname van 'n polisiewoordvoerder gevolg te word wat presies dieselfde sê. Dié gebruik is steurend en dit mors kosbare tyd. Dit spruit uit onkunde, maar ook uit luiheid, want wanneer die joernalis 'n onderhoud met die ondersoekbeampte of woordvoerder doen, is die eerste vraag, gewoonlik, "Wat het gebeur?" Die antwoord is dan die eerste klank wat beskikbaar is aan die joernalis as hy sy nuusberig moet vervaardig en dit is maklik en vinnig om net dit aan die luisteraar terug te speel, maar dit voeg nie waarde tot die verslag by nie.

Byvoorbeeld:

Nuusteks: *Die polisie het gisteraand beslag gelê op 60 sakke dagga ter waarde van sowat 90 duisend rand. Ses mans is in hegtenis geneem in verband met die vonds en sal na verwagting môre in die Wynbergse landdroshof verskyn. Polisiewoordvoerder Wicus Holtzhausen sê die ondersoekbeamptes verwag om binnekort nog verdagtes vas te keer.*

Die nuusteks is volledig en die wie-, wat-, waar-, wanneer- en hoe- vrae word beantwoord. As nuusklank nou bygevoeg word, moet dit die luisteraar prikkel, of dit breek af aan die waarde van wat in die nuusteks gesê is.

Nuusklank: *Inspekteur Wynand Pieterse van die Narkotikaburo sê daar is nog verdagtes wat by die daggavonds betrokke kan wees, op vrye voet. Die speurders soek na twee mans wat van die toneel gevlug het in 'n blou Mazda 323.*

Die eerste sin steel minstens ses sekondes van die joernalis se tyd. Met 'n nuusbuletin van tussen drie en vyf minute is die ideale klankgreep tussen 15 en 20 sekondes lank (en van die radiostasies verkies dit so kort as 10 sekondes, soos in Johnson se definisie gesien). Deur die eerste sin uit te laat kan daar meer inligting aan die luisteraar oorgedra word. 'n Beter klankgreep kan so lyk.

Nuusklank: *Die speurders soek na twee mans wat van die toneel gevlug het in 'n blou Mazda 323. Hulle is gewapen en*

die publiek word gewaarsku om nie die verdagtes voor te keer nie, maar eerder met hulle naaste polisiestasie in verbinding te tree.

'n Goeie klankgreep laat 'n radionuusbulletin lewe. Dit laat luisteraars regop sit, luister en dit maak die berig meer verstaanbaar.

Stemverslae en agtergrondklank is nog twee maniere om nuusklank te gebruik. In ideale omstandighede is agtergrondklank deel van 'n stemverslag, en ook soms van 'n klankgreep.

Soos met klankgrepe moet 'n stemverslag waarde toevoeg tot die verslag en nie net die nuusteks herhaal nie. 'n Stemverslag in 'n nuusbulletin is langer as 'n klankgreep. Dit gee die joernalis meer tyd om die luisteraar op die nuustoneel te plaas. Die stemverslag kan beskryf word as 'n poging om die luisteraar die nuustoneel te laat "sien". Scott Simon sê: "The voice of a piece...is what provides the vision to a story. It is the eyes of the audience - and the nose, the fingers, the mind" (Rosenbaum & Dinges: 103).

Omdat stemverslae meer in aktualiteitsprogramme gebruik word, waar die joernalis meer tyd het om sy teks fyn te beplan en dan oor te dra, sal ek dit in die volgende deel van die werk behandel.

Agtergrondklank word deur die joernalis/vervaardiger opgeneem op die nuustoneel. Flawn Williams (Rosenbaum & Dinges: 151) sê agtergrondklank is 'n belangrike manier om die luisteraar iets van 'n plek te vertel sonder om woorde te gebruik. As deel van die joernalis se gereedskap moet dit ook waarde aan die verslag toevoeg, op 'n eerlike manier. Williams (Rosenbaum & Dinges: 151) sê hoewel byklanke wat op 'n ander plek opgeneem word, wel waarde by 'n verslag kan voeg, "you should never make people appear to be someplace they are not or otherwise mislead the listener, but careful use of sound can bring the listener closer to the story".

NUUSAKTUALITEIT

Die nuusaktualiteitsprogram op radio streef daarna om meer as 'n lang nuusberig te wees. Min kommersiële stasies bied nog nuusaktualiteit aan, en selfs op televisie lyk dit of dié programme se gewildheid kwyn. Programme soos *Monitor* en *Spektrum* op Radio Sonder Grense (RSG) en die *AM Live*, *One o'clock Live* en *PM Live* op SAFM gebruik nog nuusaktualiteit in die vorm van insetsels wat deur joernaliste vervaardig word. Klank is, soos in die nuusbulletin, die enigste

manier om nuus aan die luisteraar oor te dra. Goodhope FM se *Live and Direct* het op gewone programme ingebreek en nuusaktualiteit in drie- tot vyf-minuut-lange insetsels uitgesaai, terwyl programme soos *AM Live* op SAfm tot twee-en-'n-half uur aan aktualiteit wy.

In die eenvoudigste vorm van aanbieding sal die joernalis 'n stemverslag gebruik om die nuus aan die luisteraar te bied. Johnson sê 'n stemverslag moet "weereens waarde toevoeg tot die inleiding, aangebied op 'n interessante, kleurvolle wyse".

'n Inleidingsparagraaf (nuusteks) word gevolg deur die joernalis wat aan die luisteraar inligting oordra. Waar 'n stemverslag in 'n nuusbuletin sowat 30 sekondes lank is, laat uitvoerende vervaardigers op radiostasies soos SAfm en RSG die joernalis tot 'n minuut en 30 sekondes toe om 'n stemverslag te doen.

In die tweede vorm van nuusaktualiteit voeg die joernalis klankgrepe by sy stemverslag. Ook hier is die oogmerk om waarde by die stemverslag te voeg. In aktualiteitsprogramme word die joernalis/vervaardiger drie minute en langer toegelaat om die inligting oor te dra. Die toegelate tyd is selfs langer op die BBC se aktualiteitsprogramme.

Waar die gebruik van 'n stemverslag en klankgrepe 'n luisteraar nader aan die nuusgebeurtenis moet bring, waarsku Skip Pizzi (Rosenbaum & Dinges: 183) die joernalis/vervaardiger om nie die inligting met klank te oorskadu nie. "This only defeats the purpose of production: enhancing the presentation of information and entertainment to listeners."

Byvoorbeeld:

(Die voorbeeld is 'n verwerking van 'n insetstel deur Jurie Blignaut van die SAUK se kantoor in Port Elizabeth.)

Nuusteks: *Met die wêreldbeker net om die draai is sokkergeesdrif in Suid-Afrika besig om die hoogtes in te skiet. In Oos-Londen is daar een geesdriftige wat glo daaraan om elke dag te oefen, maar van Bafana Bafana weet hy nie veel nie.*

Natuurlike klank: Blaffende hond. Skuifelende pote op 'n sementstoep. Loop oor stemverslag, maar word uitgedoof na drie sekondes.

Stemverslag: *Cassius die boelterriër laat nie op hom wag as dit kom by die ronde bal nie. Boelterriërs is nie bekend vir hulle balvaardighede nie, maar Cassius se baas, Ben*

Meyer, sê die hond is al van kleindag dol op enigiets wat rol.

Klankgreep: Hy maak ons selfs wakker soggens as ons nie vroeg genoeg na sy sin begin sokker speel nie. Selfs as my kamerdeur toe is, is daar vele oggende 'n blaf of twee om die mense te laat weet dit is nou tyd vir sokker.

Natuurlike klank: Deur wat oopgaan en stem wat die hond aanpor om die bal te skop. Gebruik tot klankgreep begin.

Stemverslag: En deur die dag, wanneer die gewone teenstanders in die stad werk, is Nancy Mthube daar om Cassius se vaardighede te slyp.

Klankgreep: Ja, mens moet maar met hom speel. As hy eers jou aan die arm beet het, sleep hy jou sommer buitentoe om die bal vir hom te rol.

Natuurlike klank: Snorkende hond - tot aan die einde.

Stemverslag: Maar 'n hond se gô is darem ook nie eindeloos nie. Cassius hou selfs as hy slaap 'n bal binne bytafstand...dalk goeie raad vir Bafana Bafana.

Die nuusteks, agtergrondklank, stemverslag en klankgrepe word dan as 'n geheel saamgebring.

ONDERHOUDE

Aktualiteitsprogramme gebruik ook onderhoude met nuusmakers en ontleders om inligting aan luisteraars oor te dra. Terwyl elke onderhoud verskil, sê Robert Siegel (Rosenbaum & Dinges: 35) 'n goeie onderhoud klink soos 'n gesprek tussen die onderhoudvoerder en die nuusmaker. Siegel sê die goeie onderhoud is in meeste gevalle juis die teenoorgestelde - met ander woorde wat klink na 'n gesprek is in werklikheid 'n verwerkte vraag- en antwoordsessie waar 'n klomp navorsing ingegaan het om die regte vrae te vrae om sodoende antwoorde te kry, wat die luisteraar se nuuskierigheid sal bevredig.

Samevatting

Radio is klank en dit word gebruik om inligting aan 'n luisteraar oor te dra. Die joernalis/vervaardiger van 'n nuus of aktualiteitsinsetsel op 'n radioprogram het egter drie gereedskapstukke tot sy beskikking om die luisteraar te help om die nuus te verstaan. Dit is klankgrepe, stemverslae en onderhoude. Onderliggend aan al drie hierdie stukke gereedskap is die grondbeginsel dat **waarde toegevoeg moet word aan die nuusberig**, anders breek nuusklank eerder

af as om te help om inligting aan die luisteraar oor te dra.

Hoofstuk 2

Die hedendaagse gebruike van tradisionele media om nuus op die Internet oor te dra

Today man has developed extensions for practically everything he used to do with his body...Power tools, glasses, TV, telephones, and books which carry the voice across both time and space are examples of material extensions...In fact, all man-made material things can be treated as extensions of what man once did with his body or some specialized part of his body (Hall:79).

Die Internet is nie 'n uitsondering nie. Die verspreiding van nuus op die Internet kan gesien word as 'n verdere ontwikkeling van die "verlengstukke" waarvan Hall praat. Die ontwikkeling van die Internet and Transmission Control Protocol deur Vinton Cerf in 1973 het die grondslag gelê vir 'n "Supersnelweg van inligting". Terwyl die oorspronklike oogmerk was om verdedigingsinligting op meer as een rekenaar vir veiligheid te bewaar, en later om akademiese netwerke aan mekaar te verbind, het elkeen met 'n modem nou toegang tot 'n magdom van inligting.

As die joernalis se taak gesien word as 'n inligtingsif, dan is nuuswebtuistes 'n natuurlike uitvloeisel van die ontwikkeling van die Internet. Hoe meer inligting beskikbaar word, hoe groter aanvraag behoort daar te wees vir iemand wat die inligting verwerk na 'n leesbare, verstaanbare formaat. En nuusorganisasies het hierdie veronderstelde aanvraag aangegryp met 'n aanbod van 'n verskeidenheid nuuswebtuistes.

In 1997 sê Brian S. Brooks dat dit 'n fout is om die Internet te sien as 'n medium om koerante op die "Supersnelweg van inligting" te plaas. Brooks sê die feit dat klank en video by die teks gevoeg kan word, voeg 'n nuwe dimensie by die medium. "Baie sien nou die Internet as 'n voorganger van 'n totaal nuwe medium, een met die potensiaal om die beste van die geskrewe media by die beste van die uitsaaimedia te voeg." (Brooks: 1997: 40) Die teenkant is ook egter waar - dit is nie altyd die beste van enige van die tradisionele media wat op die Internet beland nie. Meestal is die produk baie soortgelyk aan wat weergegee word in die nuusorganisasie se tradisionele nuusverspreidingsdiens. In sommige gevalle is die nuus op die webtuistes net 'n elektroniese weergawe van wat in elk geval op die straathoek gekoop kan word, op die radio na geluister kan word of saans op die televisie gesien kan word.

Deur die volgende vier webtuistes met mekaar te vergelyk, kyk ek nie noodwendig na die nuus nie, maar na die metodes wat hulle gebruik om die nuus oor te dra. Ek fokus veral op die skryfstyl, die uitleg en die media wat gebruik word op die webtuiste en maak dan 'n gevolgtrekking oor wat volgens my werk, of nie.

SABCnews.com

Die SAUK is eerstens 'n uitsaaidiens. Maar, met dit in gedagte, is dit ook belangrik om te besef dat die SAUK se nuusbronne wyer strek as sy joernaliste. Nuusdienste soos Reuters en Sapa verskaf nuusteks aan die organisasie en baie berigte word uit hierdie teks verwerk om uitgesaai te word.

Toe die SAUK dus in die jaar 2000 besluit om 'n nuuswebtuiste op die been te bring, met geskrewe berigte en klank, beeld en video as hulpmiddels, het verskeie faktore dié doelwit gekniehalter. Die webtuiste sou sy produk trek van die SAUK se bestaande dienste (radio en televisie). Oorspronklike materiaal is dus in wese afhanklik van die SAUK se joernaliste, maar hulle word gedryf deur 'n afsnytyd vir televisiebulletins. Die SAUK se nuus word dus in die middag gelewer en, om die webtuiste so aktueel as moontlik te hou, was 'n konstante bron van inligting nodig. Gevolglik is meer as twee derdes van die webtuiste se geskrewe produk in die oggend afkomstig van die nuusdienste Reuters en Sapa.

Uitsaaitekste word herskryf in koerantstyl om meer leesbaar te wees, en, in 'n mindere mate, word die storie uitgebou om die leser te bevredig.

Die multimedia wat op die webtuiste gebruik word, is geskep vir radio en televisie. Joernaliste besluit oor watter klank, beeld en video die storie die beste sal pas, en dit word gedigitaliseer en aan die storie verbind. In ideale omstandighede sal die joernalis daarop let dat die klank en video nie dieselfde inligting oordra as wat die teks weergee nie, maar daar is oorvleueling tussen die multimedia en die teks.

Beelde wat op die voorblad van die webtuiste gebruik word is klein, met geen onderskrifte nie. Dit word gedoen om die aflaai van inligting vanaf die Internet te vergemaklik. Ikone wat die gebruiker verbind aan die klank en video wat beskikbaar is, verskyn bo-aan die berig. Die gebruiker het dus 'n keuse om hierdie funksies te gebruik of nie.

Terwyl nuusgebeure wel oorgedra word aan die Internetgebruiker, is die uitleg van die webtuiste in my opinie vervelig. Terwyl die SAUK se video en klank wel waarde tot die webtuiste toevoeg, word daar min van die medium se potensiaal gebruik. Die gebruiker het die kans om die video en klank wat hy die vorige dag op die radio en televisie misgeloop het na te spoor, en hy het miskien toegang tot geskrewe inligting 'n paar uur voordat dit gedruk word. Terwyl laasgenoemde van waarde is, posisioneer SABCnews.com hom as 'n nuuswebtuiste en nie 'n argief nie. Ou video- en klankmateriaal voeg dus min waarde tot die webtuiste by, veral in 'n era waar gebruikers oral in die wêreld na nuusbuletins kan luister soos hulle uitgesaai word.

In wese skep dié webtuiste nie nuwe materiaal nie, maar gebruik net dit wat reeds beskikbaar is op 'n effens onoorspronklike manier.

Australian Broadcasting Corporation

Die ABC is soortgelyk aan die SAUK deurdat dit 'n openbare funksie het, en ook soortgelyk aan die bronne waaruit hulle nuus gehaal word. Die klem by hierdie webtuiste lê egter meer op eie inhoud as inhoud wat van die nuusdienste soos Reuters en AFP getrek word. Inhoud word ook spesifiek vir die webtuiste geskep, iets wat selde op die SAUK se webtuiste gebeur.

Melinda Henderson van ABC Online sê waar daar vooraf vir nuusgebeure beplan kan word, is dit moontlik om inhoud vir die webtuiste te skep. Materiaal vir byvoorbeeld die begrotingsrede, doodsberrigte en agtergrondinligting oor gebeure dien as voorbeeld. Dié inhoud is vergelykbaar met die "Features" kategorie op SABCnews.com.

Henderson sê elke berig wat op die Internet geplaas word, word eers vir die Internetgebruiker herskryf. Sy sê ook hier word 'n spesifieke styl gebruik om uitsaaitekste meer leesbaar te maak.

Die webtuiste bied multimedia op 'n soortgelyke wyse as SABCnews.com aan. Video, klank en beeld word van radio en televisie oorgeneem en geen redigering vind plaas voor dit aan die Internetteks gevoeg word nie. Beelde en grafiese kuns word van televisie-uitsendings en nuusdienste soos Reuters en AFP geneem.

Die webtuiste gebruik voorafvervaardigde maatplate om nuus uit te lê en die joernalis/vervaardiger het min beheer oor

hoe die berig op die Internet geplaas word. Ook dié gebruik is soortgelyk aan die SAUK se webtuiste.

ABC Online probeer nie om 'n produk op die Internet te plaas wat apart staan van hulle uitsaaidienste nie. Die voorblad van die webtuiste probeer 'n soortgelyke "beeld" skep as wat met radio- en televisie-uitsendings daargestel word. Die sewe hoofstories van die dag en sportnuus is soortgelyk aan die patroon wat in die ABC se radio- en televisiebulletins gebruik word.

Die ander inhoud wat gegenereer word kry nie soveel prominensie nie. Henderson sê die webtuiste gee daarom plek aan berigte wat gewoonlik nie die lig sou gesien het nie. *"Basically we don't want to overwhelm the audience with stories not relevant to them - there has to be some sort of order - but we want the majority of our content to be available to those who want to read it. It's just like a newspaper... our top stories section is like the front page while our other sections are like newspaper supplements... people can find the equivalent of the business supplement or their local newspaper if they want it."* (Henderson: 2001)

Anders as by SABCnews.com word die foto's van nuusmakers en grafiese kuns nie gesien as 'n belangrike deel van elke storie nie. Die beleid is nie om net beelde te gebruik waar dit waarde by die berig voeg nie, maar om net genoeg te gebruik om die bladsy interessant te laat vertoon. Die doel is die aflaaityd van die bladsy so kort as moontlik te hou.

Ook hier word nuusgebeure effektief aan die Internetgebruiker oorgedra. Die uitleg van die webtuiste is weereens vervelig. Die webtuiste gebruik in der waarheid selfs minder van die Internet se potensiaal deur die patroon wat hulle uitsaibulletins daarstel te probeer volg. Terwyl materiaal vir die webtuiste geskep word, word min inisiatief aan die dag gelê en is die webtuiste, behalwe vir berigte van nuusdienste wat effens voor gedrukte materiaal verskyn, bloot 'n Internetargief vir die ABC se uitsaaidiens.

News24

News24 gebruik berigte uit gedrukte media in die Naspers groep. Die webtuiste gebruik ook nuusagentskappe as 'n nuusbron en joernaliste genereer stories spesifiek vir die Internet. As gevolg van die media waaruit die webtuiste sy ontstaan vind, lê die webtuiste se krag by geskrewe nuus. Die berigte wat op die webtuiste aangebied word, is daarom

van 'n hoër gehalte, na my mening, as die soortgelyke inligting wat op ABC Online en SABCnews.com aangebied word.

Met ondervinding in bladuitleg is die gebruik van foto's en beelde op die webtuiste ook beter as by ABConline en SABCnews.com. Die aanbieding op News24 is opvallend en leesbaar.

Geskrewe berigte, foto's en grafiese kuns is die strekking van multimedia op hierdie webtuiste. Omdat joernaliste nie klank en video opneem as deel van die nuusinsamelingsproses nie (met die uitsondering van onderhoude wat opgeneem word), kan dit nie by die teks gevoeg word nie. Dit maak die webtuiste in wese 'n elektroniese weergawe van die gedrukte media waarvandaan die inligting gehaal word.

Ten spyte van die gebrek aan multimedia, word die spoed waarmee bladsye op die verbruiker se rekenaar afgelaai word op prys gestel en die hoeveelheid en grootte van foto's en grafiese kuns word beperk.

News24 gebruik meer skakels na ander webtuistes as óf die SAUK óf ABC om meer inligting aan gebruikers te gee. Soos die vorige twee webtuistes word die nuwe moontlikhede van die Internet as media nie ten volle gebruik nie. Die sterk punte van die media waaruit die webtuiste ontstaan, word aan die Internet oorgedra en die gevolg is 'n elektroniese koerant met 'n magdom (goeie) inligting wat in 'n oogvriendelike manier verwerk is.

Die volgende webtuiste, wat streng gesproke nie soseer nuus aanbied nie, verander wel die denkwysie van wat gedoen moet word om multimedia tot sy reg te laat kom op die Internet.

Nationalgeographic.com

Dié webtuiste vul in beginsel die tydskrif aan. Die doel is om aan gebruikers meer inligting te gee as wat hulle in die tydskrif kan kry en juis nie om slegs weer te gee wat op die rak gekoop kan word nie. In werklikheid verskyn baie van die inligting wat op die webtuiste voorkom, glad nie in papiervorm nie.

Die inligting word daargestel deur skrywers wat spesifiek aan die webtuiste toegewys is. Terwyl daar maatplate is waarin inligting geplaas en uitgelê word, is die formaat nie 'n navolging van 'n radio- of televisieprogram of selfs 'n tydskrif nie. Daar is ooreenkomste met die tydskrif waaruit die webtuiste ontstaan het, soos die kleure wat in die uitleg gebruik word, maar die formaat is geskep vir die Internet om, anders as by die ander drie webtuistes, die medium so goed as moontlik te benut.

Die voorblad van die webtuiste bevat min inligting. Die blad is in werklikheid 'n inhoudsopgawe van wat op die webtuiste beskikbaar is, of selfs 'n inhoudsopgawe tot verdere inhoudsopgawes. Met meer as 'n honderdduisend artikels in die webtuiste se databasis is inhoudsopgawes vanselfsprekend van besondere belang.

Wat nie beteken dat Nationalgeographic.com "nuus" in inhoudsopgawes wegsteek nie. Deur die hoeveelheid inligting op die voorblad te beperk word die inhoudsopgawebladsy uitgelê om die gebruiker se aandag te vestig op belangrike veranderinge in die webtuiste, soos verwysings na nuwe artikels en fotoblaaie, asook skakels na susterwebtuistes.

Die webtuiste se voorblad het ook 'n naslaanfunksie om gebruikers te help om die argiewe te fynkam. Elke bladsy op die webtuiste is verbind aan ander bladsye wat die gebruiker toegang gee tot meer inligting. Dit maak van die webtuiste as't ware 'n mini-Internet opsigself, met 'n web van inligting om aan die gebruiker se behoeftes te voldoen.

Individuele artikels volg 'n maatplaat, nie net vir die uitleg daarvan op die Internet nie, maar ook as 'n gids vir die uiteensetting van die inligting. Eerder as om al die inligting op een bladsy weer te gee, word inligting in grepe opgedeel. Elke greep het 'n eie bladsy, met verwysings na meer inligting elders op die webtuiste. So word beoog om die inligting op 'n verteerbare manier aan die gebruiker oor te dra.

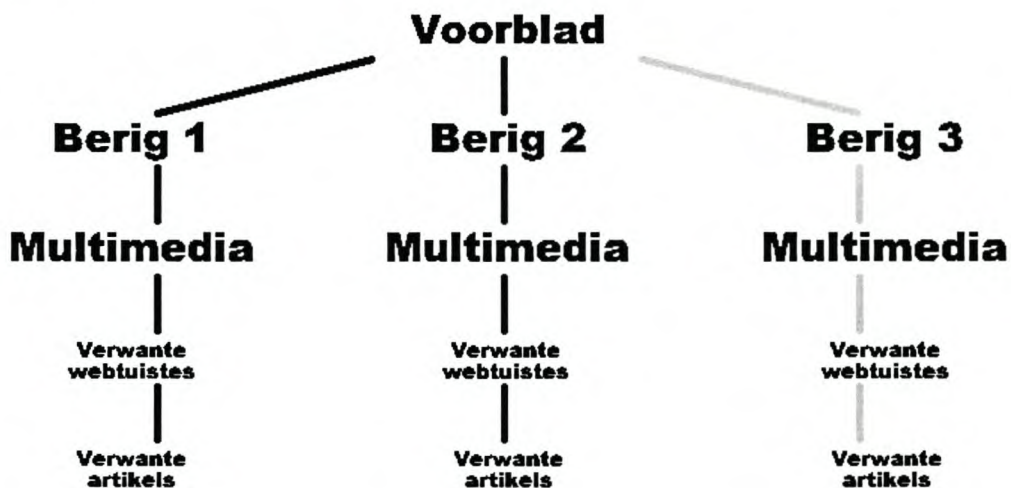
Dit sou onregverdig wees om te sê Nationalgeographic.com se uitleg is van so'n aard dat nuuswebtuistes dit slaafs moet navolg. Die produk wat op hierdie webtuiste aangebied word, is anders as die produk wat die ander drie webtuistes probeer verkoop. Nationalgeographic.com het sy oorsprong in 'n tydskrif en die uitlegaanpassing was daarom miskien kleiner as dié van óf koerante óf openbare uitsaaiers. Waar plek en tyd in die laaste twee van kardinale belang is, raak dit minder belangrik op die Internet. Die medium maak dit moontlik om die beste van altwee die tradisionele nuusverspreiders te gebruik en dan 'n amperse tydskrifstyl te gebruik om dit aan die gebruiker aan te bied.

Nationalgeographic.com dra nie nuusgebeure aan die gebruiker oor nie, maar daar is steeds 'n magdom inligting op die webtuiste beskikbaar. Die uitleg van die webtuiste, omdat dit spesifiek vir die Internet geskep is, trek die aandag van die gebruiker. Video en klank word spaarsamig gebruik, maar waar dit wel by 'n artikel gevoeg word, word daar beslis 'n waardetoevoeging tot die artikel gemaak.

Omdat die materiaal nie op ander media beskikbaar is nie, bly dit ook langer vars vir die gebruiker. Die webtuiste skep na my mening 'n nuwe media deur dit wat tot sy beskikking is op 'n oorspronklike manier te verwerk.

Samevatting

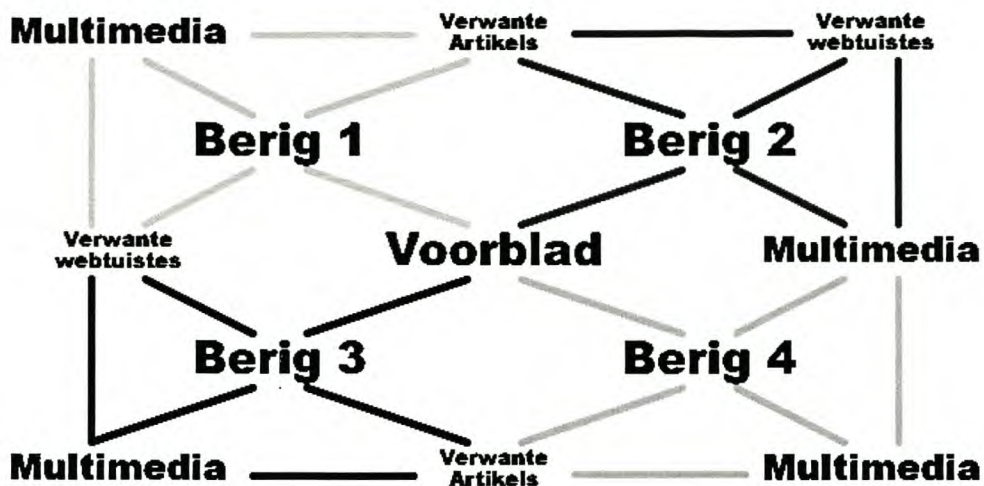
Daar is drie maniere om nuus op die Internet oor te dra. Die eerste manier, soos gebruik deur News24 is soortgelyk aan die tradisionele manier om nuus oor te dra in koerante, op die radio en oor die televisie. Die webtuiste neem hierdie inligting, digitaliseer dit en plaas dit op die Internet.



Figuur 1

Die tweede manier neem die tradisionele wyse van nuusaanbieding 'n stappie verder. 'n Uitsaaidiens voeg byvoorbeeld teks by sy tradisionele produk, of 'n koerant voeg klank of video by sy geskrewe berigte en plaas dit op die Internet. Figuur 1 is voorstelling van dié metode. Inligting (meestal in die vorm van verkorte nuusberigte of artikels) is op die voorblad van die webtuiste beskikbaar. Verdere inligting is beskikbaar deur 'n liniêre leesproses, met die gebruiker wat stappe in 'n sekere orde moet volg om meer inligting te bekom. SABCnews.com en ABOnline.com volg altwee hierdie metode.

Die formaat is na my mening ouderwets en dit gebruik nie die moontlikhede wat die Internet vir die nuuswêreld oopmaak nie.



Figuur 2

Figuur 2 is 'n voorstelling van die uitleg wat deur webtuistes soos Nationalgeographic.com gebruik word. Deur min inligting op die voorblad beskikbaar te maak, moet die gebruiker aktief betrokke raak om dit wat vir hom van belang is op die webtuiste te kry. Die voorblad/inhoudsopgawe is bloot 'n advertensie vir die inligting, of selfs vir verdere advertensies om inligting in die hande te kry.

Die artikels/berigte word met ander inligting (hetsy verwante artikels, webtuistes of multimedia) ingeskakel, sodat die gebruiker inligting in bruikbare hoeveelhede kan inneem. Omdat daar so'n magdom inligting beskikbaar is, is die joernalis se taak hier nie om van die inligting te sif nie, maar om die aanbieding te orkestreer en sodoende aan die gebruiker se behoeftes te voldoen.

Marshall McLuhan gebruik die teorie van Hall (McLuhan & Zingrone: 101) en verfyn dit deur te sê dat elke verlengstuk van die mens se liggaam begin as 'n geslote stelsel, onafhanklik van ander verlengstukke. Skrif is ontwikkel om kommunikasie oor lang afstande moontlik te maak, onafhanklike uitvindings wat die mens se lewe makliker maak, soos die wiel en die binnebrandmotor. McLuhan sê die uitvinding van elektrisiteit het dié geslote stelsels so vinnig laat ontwikkel dat daar nou, soos met die mens se liggaam, 'n onderlinge samewerking tussen die verskillende stelsels is.

Dus Mchluhan word aangehaal as te sê "Our extended faculties and senses now constitute a single field of experience which demands that they become collectively conscious" (McLuhan & Zingrone: 101).

Ek stel voor dat die Internet hierdie samewerking tussen verskillende nuusmedia tot gevolg moet hê en dat die behoorlike gebruik daarvan 'n geheel moet vorm, anders as die blote elektroniese weergawe van die nuus wat in elk geval op die radio, televisie en koerante beskikbaar is. Nuus op die Internet moet dus radio, televisie en koerante misluk en die proses van McLuhan se "collective consciousness" in een samehangende produk van klank, beeld, teks en grafika daarstel.

Hoofstuk 3

Die toekoms van klank op die Internet: Is die pyp te nou?

Uit die voorafgaande is dit duidelik dat selfs nuusorganisasies met toegang tot klank as 'n nuusbron, nie die medium tot sy reg laat kom op die Internet nie. Die gebruik van multimedia, en daarom klank, om nuus op die Internet beskikbaar te maak, dra 'n ekonomiese juk. Dit kry gestalte op 'n tegniese vlak en ook op die menslike hulpbronvlak. As die twee probleme nie aangespreek word nie, is nuus op die Internet, na my mening, doodgebore. As die medium nie aan die Internetgebruiker meer bied as wat hy/sy by die tradisionele nuusbronne kan kry nie, sal hy moeilik moeite doen om dié medium vir nuus te gebruik.

Die joernalis/vervaardiger:

Om te sê die persoon wat 'n produk vir die Internet moet skep, moet vaardig wees in al vyf die media (teks, klank, video, grafika en die Internet) wat gebruik word, plaas oënskynlik 'n hoë vereiste aan die joernalis/vervaardiger. Opleiding kos geld en ervaring is duur, selfs waar die joernalis slegs geskool is in een van die media wat op die Internet gebruik word. Daar is ervare joernaliste met ervaring in multimedia (bv. koerantskrywers wat radiojoernaliste word en vice versa), maar die bymekaarbring van grafika, klank, video en teks is 'n nuwe verskynsel.

Wanneer 'n joernalis uit sy ondervindingsveld geneem word na 'n medium waar daar tot dusver min riglyne gestel is, is dit bloot natuurlik om die goeie in die vorige veld toe te pas in die nuwe.

Waar 'n joernalis ondervinding in die skriftelike oordra van inligting het, asook die maak van video, die opneem en oordra van klank en die neem van foto's vir nuus het, kan die nuwe produk die beste van al dié velde op die Internet daarstel. Met die riglyn dat die verskillende onafhanklike media interafhanklik gemaak moet word en die geheel so min as moontlik herhaling behoort te hê, behoort so'n joernalis/vervaardiger die ideale nuusproduk aan die Internet te lewer. Mense met dié soort ondervinding is egter skaars, en daarom nie goedkoop nie.

'n Tweede moontlikheid is om die talente van meer as een joernalis/vervaardiger (met ondervinding in verskillende velde) saam te snoer om die Internetproduk daar te stel.

Die proses behoort soortgelyk te wees aan die samewerking tussen 'n fotograaf en 'n joernalis of 'n kameraman, 'n klankdeskundige en 'n joernalis. Om die produk vir die Internet te skep word daar net nog 'n dimensie bygevoeg. Die beplanningsproses sal met hierdie metode selfs meer belangrik wees as waar die enkele joernalis al die vaardighede het om die produk in sy geheel daar te stel. Die gebruik van meer mense om Internetnuus oor te dra sal egter nie die proses goedkoper maak nie.

Joernaliste word vandag by universiteite en teknikons opgelei om, ten minste die beginsels van, al vyf die media te verstaan. Hierdie beginsels is soortgelyk vir al die verskillende nuusmedia, soos gesien met die definisie van wat goeie joernalistiek is: *(It is) explaining the world in a way that expands people's knowledge and helps them (to) understand their surroundings. That means you need an inquisitive mind and the ability to ferret out the truth. You need to develop a good news judgment...and you need to understand what is fair and what is balanced* (Rosenbaum and Dinges: 1992: xi). Joernalistieke beginsels, soos die effektiewe oordra van inligting, is in al die media belangrik. 'n Ervare joernalis verstaan reeds die beginsel dat 'n foto en teks mekaar aanvul. So-ook nuusteks en 'n klankgreep. Of 'n stemverslag wat oor videomateriaal opgeneem word. Die vervaardiger van 'n nuusberig op televisie gebruik reeds die samewerkingsbeginsel van die onderskeie media (agtergrondklank, klankgrepe, video en nuusteks) om 'n verstaanbare geheel daar te stel. Dit verg dus net een stappie meer om die media oënskynlik op hulle eie daar te stel, maar om 'n definitiewe band tussen die onderskeie elemente te hou. Die koste om 'n joernalis voor te berei vir werk op die Internet behoort nie 'n faktor te wees nie.

Terwyl daar dus wel geld aan opleiding uitgegee sal moet word om die joernalis se vaardighede te versterk, is dit nie nodig om elke Internetvervaardiger van voor af op te lei nie. Die vaardighede vir die onderskeie media bly dieselfde, dit is net die doelwit vir die gebruik van die verskillende media wat verander. In plaas daarvan om al die inligting in een medium weer te gee, moet die doelwit wees om al die media te gebruik om 'n geheel van inligting op die Internet daar te stel en dit effektief aan die gebruiker oor te dra.

Tegnologiese ontwikkeling:

Die snelheid waarteen data op die Internet versprei word, het in die dertig jaar, sedert die ontstaan van die rekenaarnetwerk, verbeter van 'n teksgedrewe medium tot 'n multimedia-gereedskapstuk waarop klank, grafika en teks van uitsaaigehalte aan die Internetverbruiker beskikbaar gemaak kan word.

Daar word egter voorspel dat verdere ontwikkeling op die gebied beperk sal wees. Die Internet se infrastruktuur is so geskep dat elke boodskap wat gestuur word, gevolg word met 'n teenboodskap wat ontvangs erken. Dié infrastruktuur, selfs met breëbandtegnologie, is nie gemaak om groot hoeveelhede data van 'n sentrale punt te versprei nie. Die toekoms blyk te wees in die samesmelting van die uitsaai (broadcasting) van data en die Internet. *"This is no coincidence. Broadcast is so much bigger because it is so much more efficient at delivering really popular content. There will, for instance in the future, be no point in trying to deliver widely requested video based content as "video-on-demand" over the Internet if it can be broadcast instead. A convergent medium would be able to handle that"* Tvede, Pircher en Bodenkamp (2001: 32).

Met die tegnologie wat vandag beskikbaar is, is groot klankpakkette nog steeds lui om afgelaai te word van die Internet. Die stroming van inligting op sagteware soos RealMedia en die Windows Mediaplayer maak dit minder van 'n probleem, maar, soos gesien op die nuuswebtuistes wat klank en beeld op aanvraag bied, is die klank en beeld nog nie van uitsaaigehalte nie. Ontwikkeling van die oordrag van grafika deur programme soos Flash, wat, in plaas van inligting 'n soort resep oor die Internet stuur wat die ontvanger-rekenaar vertel wat om te doen om die grafika te vertoon, maak ook groter detail moontlik teen 'n vinniger aflaaispoed.

Nie een van die webtuistes in die studie het nog 'n oplossing om video- en groot klankbydraes (langer as 1 minuut vir video en langer as 3 minute vir klank) van uitsaaikwaliteit op 'n deurlopende basis aan die Internetgebruiker te bied nie. Selfs die betaalopsie van "video-on-demand" op die CNN-webtuiste bied nie hoë resolusie beeldmateriaal nie, al is die kwaliteit van die bydraes van goeie gehalte.

Tvede, Pircher en Bodenkamp (2001; 33) sê met die ontwikkeling van 'n tweesydige medium, wat die voordele van die Internet en uitsaainetwerke saamsnoer, sal die wurggreep op die Internet-netwerk verlig word deur klank en beeld eerder uit te saai as dit op die Internet beskikbaar te maak.

Ná die ineerstorting van die Internetbedryf, en veral die gevolglike beperkings op die meegaande ontwikkeling van sagteware, is die tegnologiese ontwikkeling miskien nie so vinnig soos vyf jaar gelede nie. Daar word egter voorspel dat die ineerstorting van die dot-com-maatskappye nie die einde van die verspreiding van inligting op die Supersnelweg beteken nie. In *Dot-com and Beyond* (Sun; 2001; 16) word gesê dat die Internet nou 'n integrale deel van die besigheidswêreld is. *"The rush to grab customers by the eyeballs has tapered off, and competitions has (sic) become a question of who can provide the most value."* En hierdie waarde, op nuuswebtuistes, sal net verbeter as die medium tot sy volle potensiaal benut word.

Samevatting

Met die tegnologie wat vandag tot die Internetjoernalis/vervaardiger se beskikking is, moet daar spaarsamig met multimedia gewerk word om 'n gebalanseerde, maar tog interessante produk aan die Internetgebruiker te bied. Te veel data maak die oordragproses te stadig, maar te min sal nie die kliënt se aandag hou nie. Belangstelling in die Internet is nie meer vanselfsprekend nie. Die webtuistes wat die medium ten volle benut en aan die gebruiker die meeste waarde vir sy tyd of geld bied, behoort die meeste besoeke en daarom die meeste advertensies (en geld) te trek.

Die joernalis/vervaardiger moet geskool wees in al die media wat op die webtuiste gebruik word, en, as die argument hierbo gevolg word, kan daar nie enige van die media uitgelaat (of selfs afgeskeep) word nie. Die kompetisie is te straf. Verder moet hierdie vaardighede nie in afsondering benut word nie, maar die Internetproduk behoort 'n gesamentlike produk van die onderskeie media wees. Binne die beperkinge wat tegnologie stel.

Hoofstuk 4

'n Vergelyking van webtuistes se aanbiedinge oor 'n enkele nuusgebeurtenis: 11 September 2001, 'n jaar later

No matter how original you attempt to be, you will be making references to media conventions - if you don't make these references your readers may have difficulty following the text. You will perhaps be warned not to slavishly imitate professional work, but, at least when you are starting out on your first productions, it is difficult not to draw on work you enjoy or admire. (Branston & Stafford - 1996: 341)

In hierdie hoofstuk word die nuusdekking van vier webtuistes van 'n spesifieke nuusgebeurtenis vergelyk, met die spesifieke doel om hulle gebruik van multimedia te ontleed. Ek gebruik die terroristeaanval op Amerika op 11 September 2002 as die gemeenskaplike onderwerp en vergelyk die webtuistes se dekking van die voorval een jaar ná die gebeurtenis. Die sukses in die samevoeging van klank, video, beeld en teks is die maatstaf wat gebruik word om die effektiwiteit van die gebruik van die Internet as nuusmedium te bepaal.

Die BBC

Die uitleg van die British Broadcasting Corporation se webtuiste oor die 11 September 2002 aanval op Amerika 'n jaar later is feitlik 'n direkte kopie van die uitleg wat in fig. 2 gebruik word. Inligting word in deeltjies opgebreek en op 'n verteerbare wyse aan die gebruiker aangebied.

Daar word nie opvallende voorkeure aan enige van die inligtingsbrokkies gegee nie en die verbruikers se keuses is beperk tot wat hulle interesseer. Met ander woorde, die BBC probeer nie die gebruiker in 'n liniêre rigting dwing om sodoende eers die (volgens die redakteur) belangrikste inligting en daarna die daaropvolgende inligting op te neem nie. Daar is wel 'n mate van liniêre beweging in die daaropvolgende bladsye, waar die gebruiker toegang het tot meer as die inligting het as wat op die voorblad geadverteer word.

Die enigste multimedia ter sprake op die voorblad is foto's. Nie een van die foto's het onderskrifte nie en dit lyk of dit gebruik word om die verbruikers eerder te prikkel om meer te sien as om hulle behoeftes met die

eerste oogopslag te bevredig. Die verbruikers word egter met die hulp van ikone en teks belowe dat meer media dieper in die webtuiste gebêre word.

Die bladsy is goed uitgelê. Ek dink die BBC slaag daarin om rekenaargebruikers oor 'n wye spektrum se aandag te trek. Selfs al is die spoed waarteen die gebruiker inligting van die Internet haal nie vinnig nie, is die bladsy toeganklik met klein pakkies inligting wat die verbruiker die keuse laat om meer aan te vra.

Die teks

Wanneer die verbruikers dan besluit van die aanbiedings op die eerste bladsy is belangrik genoeg is om verdere inligting te regverdig, neem die druk van 'n knoppie op hulle muis hom na die meer liniêre inligtingsbladsye van die webtuiste.

Die artikel 'Justice will be done' dien as voorbeeld hiervan. Die uitleg is feitlik identies as wat 'n mens in 'n koerant sal verwag, met 'n opskrif, 'n foto van George W. Bush en die daaropvolgende teks. Die verskil is dat die foto (met sy onderskrif) direk onder die opskrif volg oor die hele wydte van die teks wat volg. As die gebruiker nie afblaaï nie, kan hy die teks heeltemal miskyk. Die uitleg is, na my mening, swakker as in 'n koerant. Dit gebruik ook nie die Internet se sterkste bate (dat plek feitlik onbeperk is) nie. Dit sou net so maklik gewees het om steeds die klein foto sonder die onderskrif te gebruik en die verbruikers die keuse te gee om die groter weergawe te sien as hulle dit sou verkies. Die inligting kry so in 'n mate voorkeur, maar ten minste sal die gebruiker nie die inligting heeltemal miskyk nie.

Daar word verwysings na ander teks, video en klankmateriaal gemaak en dit is een van die goeie punte van die uitleg van die artikel. Die klank en video wat gesien word as 'n integrale deel van die inligting wat oorgedra word, is heel bo-aan die artikel beskikbaar. Dit plaas inderdaad meer inligting op die vingerpunte van die gebruiker, maar, soos later bespreek word, is dit nie heeltemal seker of die gepaste multimedia hier beskikbaar gemaak word nie.

Die artikel is ellelank, met meer as 600 woorde wat in 'n nou kolom geplaas word. Die gebruiker moet herhaaldelik afblaaï om tot aan die einde te kom, 'n probleem wat maklik opgelos kon word deur die artikel in interafhanklike dele op te breek.

Daar is 'n mate van interaktiwiteit, met die gebruiker wat die opsie het om kommentaar te lewer op stellings van die Amerikaanse president.

Uiteindelik word die artikel afgerond met verwysings na ander artikels oor dieselfde onderwerp.

Op die ou end slaag die artikel daarin om inligting aan die gebruiker oor te dra - sekerlik die doel van die joernalis. Maar die sterk punte van nuus op die Internet word misgekyk deur te probeer om die artikel soos 'n koerantberig te laat lyk en die goeie werk wat met die voorblad begin is, word ongedaan gemaak.

Die videomateriaal

Daar moet 'n onderskeid gemaak word tussen die kwaliteit van die inhoud van die videomateriaal wat op die webtuiste beskikbaar gemaak word, en die tegniese kwaliteit. Ongelukkig beteken dit nie dat die een beter is as die ander nie, maar verskillende tegnieke moet gebruik word om die twee probleme op te los.

In die eerste video aanbieding van BBC News online maak hulle in vyf stede (New York, London, Kabul, Birmingham en Boston) gebruik van videohokkies om die menings en herinneringe van mense in die stede 'n jaar ná die aanval in te win. Die "keur" van hierdie opnames beskikbaar word dan op die Internet beskikbaar gemaak.

Die tegniese gehalte van die bydraes is swak. Ten eerste is die lengte van dit wat uit elke stad saamgeflans is tussen ses en 12 minute lank - hopeloos te veel vir iemand met 'n 56k/sek band aan die Internet. Die gevolg is dat die video wat teruggespeel word ongeveer elke dertig sekondes vir meer as twee minute onderbreek word terwyl die volgende materiaal beskikbaar gemaak word. Wanneer die video wel speel is dit hakerig en meestal lyk dit soos 'n stilfoto met 'n klankbaan.

Die inhoud van die video's is nie beter nie. Dit lyk werklik of die enigste redigering betrokke die samevoeging van een spreker na die volgende was. Die gevolg is dat elkeen wat praat die kans kry om eers sy lewensverhaal aan die Internetgebruiker te vertel, voor hy sy mening oor die 11 September-aanval lug. In sommige gevalle praat 'n enkele spreker langer as 3 minute. As 'n mens dit vergelyk met wat Johnson in die eerste hoofstuk oor die ideale lengte van 'n klankgreep sê, is dit moeilik om 'n gebruiker te oorreed dat dit die moeite en tyd werd is om hierdie media van die Internet af te trek. Die beginsel dat klank, beeld, video

en teks mekaar moet aanvul en waarde tot die inligting moet toevoeg is hier heeltemal misgekyk.

Daar is wel verdere videomateriaal op die webtuiste beskikbaar, maar dit is nie spesifiek vir die Internet geskep nie. Dit is programme wat op die BBC uitgesaai is ten tye van die herdenking van die aanval. Terwyl dit dus meer inligting aan die Internetgebruiker beskikbaar stel, het dit min waarde vir enigiemand met toegang tot 'n televisiestel en 'n videomasjien. Soos dit die BBC betaan is die inhoud van die programme goed, maar, omdat dit so lank is, is die aflaaityd ewigdurend en die tegniese gehalte is ook van swak gehalte. In meer as die helfte van die programme wat op die webtuiste beskikbaar is, is selfs die klankbaan so sleg dat dit nie die moeite werd is om na te luister nie. Die videovoer bestaan so te sê nie op 'n 56k band nie.

Die klank

Die enigste klank wat op die webtuiste beskikbaar is, is ooggetuies wat vertel wat die dag met hulle gebeur het. Weereens is die klanksnitte wat gebruik word lank, meer as ses minute in die meeste gevalle, en dit veroorsaak tegniese probleme. Omdat daar minder inligting van die Internet afgelaai hoef te word, is die proses nie so hinderlik soos met die videomateriaal nie. Die inhoud van die klanksnitte is egter 'n woord-vir-woord weergawe van wat in die teks op die bladsy weergegee word. Weereens word geen waarde toegevoeg nie en die tyd wat gebruik word om die klank te bekom is baie naby aan gemors.

Beelde

Die BBC het nie toegang tot stilfoto's nie. Die beelde wat gebruik word, is daarom van nuusagentskappe of foto's wat met tegnologie van video's geneem word. Desnieteenstaande oordonder die foto's nie die ander inligting op die webtuiste nie en die gebruik van foto's op die voorblad van die webtuiste is 'n voorbeeld van die korrekte gebruik van die hulpmiddel. Die gebruik van grafiese kuns word hieronder bespreek.

Die res

Terwyl daar dus verbeter kan word op die nuusoordrag van die webtuiste, is daar wel goeie kenmerke wat opgemerk word. Met 'n gebeurtenis soos 11 September 2002 is daar natuurlik 'n magdom inligting beskikbaar wat aan die Internetverbruiker beskikbaar gemaak kan word.

Die BBC gebruik die medium hier goed deur 'n tydlyn daar te stel van die gebeure van die dag. Langs die gebeure word video's geplaas waar dit beskikbaar is om sodoende aan die gebruiker 'n geheelbeeld te gee.

Die tydlyn-idee word verder gevoer deur met animasie die gebeure van die dag gestalte te gee. Kort teksverduidelikings in die kantlyn met duidelike sketse maak die oordrag van die inligting eenvoudig en verstaanbaar en dit voeg 'n nuwe dimensie tot die gebeure van die dag.

Daarop het die BBC ook die hulp van verskeie kundiges in die gebied van terroriste-aanvalle, sielkunde en dies meer ingeroep om van die gebeure en gevolge te verduidelik. Hierdie verduidelikings voeg nog waarde tot die webtuiste toe en maak dit die moeite werd vir die gebruiker om van die inligting te bekom.

Samevatting

Die BBC benut al die elemente wat op die medium beskikbaar is. Dit gebruik die vertolkings- en verduidelikingsmoontlikhede goed, maar die webtuiste slaag nog nie daarin om die volle potensiaal van die gebruik van multimedia op die Internet te benut nie. Veral die moontlikheid om klank as 'n hulpmiddel te gebruik word afgeskeep. As 'n mens kyk na die hoeveelheid nuusklank wat daaglik eksklusief vir die BBC se radiostasies gegenereer word, is dit 'n gemis wat met relatief min moeite aangespreek kan word. Klank vir radio kan met relatief min moeite aangepas word om waarde tot die BBC se webtuiste hier te voeg.

CNN

Cable News Network se eerste bladsy van hulle webtuiste oor die aanval op 11 September 2001, een jaar later, is verwarrend. Terwyl 'n soektog na die bladsy resultate lewer wat blyk dat die webtuiste in diepte na die voorval en ook die gebeure daarna kyk, is daar slegs 'n aanhaling op die eerste bladsy en geen ooglopende pad om te volg na die volgende bladsye nie. Die pad is weggesteek in 'n afvalskerm (drop-down screen) en iemand wat nie regtig na die pad wil soek nie, sal miskien al hier omdraai en besluit om liever op 'n ander webtuiste na inligting oor die gebeurtenis te gaan soek.

Wanneer die gebruiker egter die skakel vind, word 'n inhoudsopgawe aan die gebruiker gebied wat na my mening as

'n voorbeeld kan dien van hoe die Internet gebruik behoort te word om nuus deur multimedia oor te dra.

Daar word weggebreek van die tradisionele manier van teks en foto's aanbied. Ses artikels word voorgehou, elk met 'n foto sonder 'n onderskrif. Hierdie ses artikels is ewe sigbaar, met net die leser se belangstelling wat bepaal watter een meer belangrik is as die ander. 'n Baie beperkte opskrif (*September 11, 2001* as die opskrif vir die eerste artikel) dien as lokaas en dit gevolg deur 'n sin of twee - nie om inligting oor te dra nie, maar om verdere belangstelling te prikkel.

"It began as a sunny day. It ended as the first milestone of the 21st century. CNN reporters take you back in a multimedia timeline."

Verdere skakels verbind die gebruiker aan inligting buite CNN. Veral *Time.com*, as vennoot van CNN, word duidelik geadverteer en daar word ook plek gemaak vir 'n advertensie van die beeldmateriaal wat CNN op die dag uitgesaai het - teen 'n prys natuurlik.

Die Teks:

Wanneer die verbruikers dan besluit van die inligting is interessant genoeg om meer moeite te doen word hulle na 'n volgende skerm geneem vir elke artikel. Van die teks is op die tradisionele manier uitgelê, met 'n hoofopskrif, bv. *A window on September 11*, deur Rose Arce (een van CNN se verslaggewers wat naby die Twin Towers was tydens die aanval. Die artikel lyk baie soos 'n koerantberig, maar daar is tog verskille. As 'n mens kyk na die inleidingsparagraaf: *"Jim Huibregtse has some super home video of September 11. It shows his 3-year-old son, Clyde, sipping hot chocolate at the kitchen table, all excited about his first day of school. The next segment features Emma, his 6-year-old, lining up at P.S. (Public School) 234 with other first-graders marching into class."* Die inleidingsparagraaf word van die res van die artikel geskei deur dit in vet letters aan te bied, maar in inhoud is daar geen verskil tussen die eerste, tweede en selfs derde paragrafe nie. En hiervandaan gaan die artikel op dieselfde trant voort. Dit wyk af van die tradisionele wie wat waar wanneer waarom hoe van die inleidingsparagraaf, selfs al hou dit by die uitlegmetode van 'n koerantberig.

Die foto by die artikel is van die verslaggewer op die toneel op die dag van die aanval. Die onderskrif vertel die leser wie sy is. Die artikel self bevat min inligting oor

die dag self, dit is in der waarheid 'n lang advertensie vir die videomateriaal wat op die webtuiste beskikbaar is.

Die Videomateriaal:

CNN het ná die aanval op 11 September 2001 al hul ander programme opsy geskuif en, soos 'n paar ander nuuskanale, 24 uur per dag die gebeure daarom dopgehou. Videomateriaal is van amateurs soos die een wat in Rose Arce se artikel beskryf is gekoop en herhaaldelik aan die wêreld gevoer. Opinies is van elke hoek ingewin, soveel so dat selfs die skrywer Tom Clancy per telefoon sy insette gelewer het. Dit glo omdat hy 'n boek geskryf het (fiksie) waarin soortgelyke gebeure plaasvind.

Hoe dit ook al sy, CNN het 'n magdom videomateriaal opgebou oor die aanval en van hierdie materiaal is op die webtuiste beskikbaar gemaak. Vir die Internetgebruiker wat nie sy hand in sy sak wil steek nie, is hierdie materiaal nie bekombaar nie. CNN verkoop die toegang tot sy video vir tussen \$4,95 en \$9,95 'n maand. As die verbruikers die goedkoopste opsie kies, is die videomateriaal tot hulle beskikking beperk tot die video's wat aan die artikels gekoppel is. Waar die duurder opsie gekies word, is 'n magdom materiaal beskikbaar. Hoewel dié opsie bekend staan as *CNN Uncut*, is die meer as sewentig video's oor die aanval goed versorg en dit bevat baie inligting wat selfs nie op TV uitgesaai is nie.

Die bydraes is korter as die wat op die BBC uitgesaai is, wat die aflaaï van die inligting, selfs met 'n modem, vergemaklik. Dit is wel vir gebruikers met breëband toegang tot die Internet geskep, wat beteken dat, soos met die BBC, die terugspeel na ongeveer 'n minuut onderbreek word. Die voer van die meegaande klank is van 'n baie hoë gehalte, maar die video self is soms nie so helder nie.

CNN gebruik na my mening die Internet goed. As 'n voorbeeld van wat bitter selde op televisie gesien word, is die plasing van George Bush se toespraak op 11 September 11 2002 in sy geheel. Self koerante sal sukkel om meer as tien minute se toespraak te plaas, maar die Internet leen hom goed hieraan.

Aan die negatiewe sy van die saak is die formaat van die videomateriaal wat gebruik word. Ten eerste is die produksies gemaak vir televisie. Die video's staan op hulle eie bene en, hoewel dit tot die inligting op die webtuiste bydra, bou dit nie regtig aan die inhoud nie. Die teks en video is aparte entiteite – wat seker so moet wees omdat die teks gratis beskikbaar is en die video gekoop moet

word. Ek sou egter 'n nouer skakeling tussen die twee wou sien, met teks wat geskryf word vir video en nie 'n herhaling van feite tussen die twee mediums nie. As dit vergelyk word met die model in figuur twee, sou mens die video en die teks moet laat oorvleuel, eerder as om dit met mekaar te verbind. Daar is dus min sprake van 'n interafhanklike verhouding tussen die twee media.

Die res:

CNN en TIME word deur dieselfde maatskappy besit en dit is duidelik as 'n mens kyk na die foto's wat op die webtuiste aangebied word. (Vergelyk dit egter met die TIME webtuiste en daar is geen video beskikbaar nie.) CNN se foto's word op 'n oorspronklike manier gebruik op die voorblad van die webtuiste oor die September 11 aanval. Daar is geen onderskrifte nie, en dit dien as't ware as 'n prikkel om die Internetgebruiker verder in die webtuiste in te lok. Die foto's is klein en bladsye is daarom vinnig beskikbaar. Interessant is die gebruik van swart en wit foto's eerder as kleur, wat treffend is, maar ook minder data bevat en daarom vinniger afgelaai word.

Die webtuiste gebruik soortgelyke tydlyne as wat op die BBC se webtuiste beskikbaar is, met foto's en videomateriaal in plaas van grafiese uitbeeldings om die gebeure van die dag voor te stel. As voorbeeld is daar 'n voorstelling van die verloop van President George W. Bush se dag. Die enigste teks wat by die tye gegee word is kort aanhalings, met meer inligting wat beskikbaar word soos die gebruiker in die webtuiste delf.

Samevatting

Omdat klank nie een van die mediums is waarin CNN werk nie, word dit nie op die webtuiste beskikbaar gestel nie. Dit is 'n gemis, want waar een persoon, soos George W. Bush, vir tien minute lank 'n toespraak kan lewer, is dit werklik nie nodig om 'n video daarvan te sien nie. 'n Foto en 'n klanksnit sal vinniger wees om van die Internet te trek en dit behoort aan die gebruiker se behoeftes te voldoen. Ek stel voor dat die gebrek aan klank in der waarheid afbreek doen aan die webtuiste se geheel en dat CNN, selfs deur nuusklank aan te koop, 'n volgende dimensie by die webtuiste kan voeg.

Daar is definitief materiaal wat spesifiek vir die Internet geskep is op die webtuiste (soos die tydlyne, van die video's en van die teks) en die media wat gebruik word (video, teks en foto's) is van goeie gehalte. Daar is egter nog 'n gebrek aan onderlinge samewerking wat verbeter kan

word. As die video's, foto's en teks saamgevoeg kan word om inligting aan die Internetverbruiker oor te dra, sal dit, na my mening, die inhoud van die webtuiste verbeter en die medium tot sy reg laat kom.

Die SAUK

Die SAUK se webtuiste oor die aanval op Amerika, een jaar later, verskil van die ander twee webtuistes omdat daar nie 'n spesifieke poging aangewend is om 'n tuiste spesifiek vir die herdenking van die dag te skep nie. In der waarheid lyk die webtuiste baie soos toe dit die eerste keer die lig gesien het, net ná die aanval in 2001 plaasgevind het. Die SAUK het nie 'n webtuiste geskep om 11 September 2001 te herdenk nie. Daar is net aangevul op die webtuiste van vroeër.

In breë trekke stem die uitleg van die webtuiste egter ooreen met die CNN webtuiste. Waar daar bitter min inligting op CNN se voorblad gegee is, gee die SAUK se webtuiste meer in die vorm van 'n inhoudsopgawe wat aan die Internetgebruiker voorhou watter materiaal op die webtuiste beskikbaar is. Soos in fig. 2 van die modelle wat ek in hoofstuk twee voorstel, is dit slegs 'n beginpunt, met die Internetverbruikers wat self besluit watter inligting vir hulle belangrik is en dan 'n skakel gebruik om daarheen geneem te word.

Nuusartikels word op die voorblad bygebring soos wat dit beskikbaar word en die gebruiker word nie tot 'n sekere tydperk beperk nie. Dieselfde webtuiste hou daarom steeds skakels met die gebeure in 2001, maar bied ook aan die Internetgebruiker artikels oor die herdenking van die dag een jaar na die aanvalle, en selfs gebeure daarna. So-ook met die grafiese voorstellings van waar die aanvalle plaasgevind het. Die foto's wat op die webtuiste beskikbaar is, is egter onveranderd gelaat sedert die bladsye in 2001 geskep is.

Die voorblad wyk ook af van die tradisionele deur 'n kort opsomming van die gebeure van die dag te gee. Nie die BBC of CNN doen dit op enige van hulle blaaie nie.

Terwyl daar van min tegnologiese hulpmiddels op die voorblad gebruik word, in vergelyking met die animasie wat op byvoorbeeld CNN se voorblad beskikbaar is, is die uitleg nie steurend eenvoudig nie. Skakels na 'n tydlyn, die video's en foto's is maklik sigbaar en geen raaiwerk is nodig om by die inligting uit te kom nie.

Wat wel steurend is, maar dit is duidelik deel van die webtuiste se beleid, is dat die webtuiste nie onafhanklik van die res van die SAUK se nuus op die Internet funksioneer nie. Daarom is vandag se nuusberigte, weer, video en selfs klank oor nuus wat glad nie verband hou met die gebeure op 11 September 2001 nie, aan die linker- en regterkant van elke bladsy van die artikels oor die aanval op Amerika beskikbaar.

Die teks:

Die teks op die SAUK se webtuiste is nie deur die organisasie se joernaliste geskep nie. Die inligting word feitlik woordeliks van nuusagentskappe op die webtuiste oorgedra (behalwe in die uitsonderlike gevalle waar daar 'n Suid-Afrikaanse hoek aan die nuusgebeure is wat die SAUK self gedek het) en daar is dus min nuut te lees op die webtuiste.

Die teks word egter wel verwerk om Internetvriendelik te wees. Die lengte van elke bydrae word beperk tot ongeveer 500 woorde en berigte wat van videobydraes omskep word, word herskryf om meer leservriendelik te wees. Van die kopie is egter nie goed geredigeer nie en stylstandaarde (soos kursiefgedrukte name vir publikasies) word nie oral gehandhaaf nie.

Wat uitleg betref lyk die SAUK se berigte oor die aanvalle van 11 September 2001 baie soortgelyk aan wat in die gedrukte media gesien word. Omdat die volle blad nie aan elke artikel gewy word nie, kan die uitleg nie die volle potensiaal van die medium gebruik nie. Foto's is groot met tradisionele onderskrifte.

Die skakels wat wel verskaf word, word slegs onderaan elke artikel beskikbaar gemaak en daar is geen sprake van deurlopende interaktiewe skakels nie. Die formaat van elke artikel lyk dieselfde en die Internetgebruiker lees die teks van bo tot onder. Die moontlikheid om skakels in die middel van die artikel te bied wat die gebruiker na ander artikels, wat hom dalk meer prikkel te neem, word nie gebruik nie.

Omdat die artikels nie spesifiek vir die Internet geskryf word nie, is daar nie sprake van 'n afwyking van die tradisionele wie wat waar wanneer waarom hoemetode van 'n berig skryf nie. Weereens gebruik die webtuiste nie die moontlikhede wat deur die medium daargestel word ten volle nie en die eindproduk is derhalwe teleurstellend.

Die videomateriaal:

Soos met die teks, het die SAUK nie hul eie videomateriaal gehad oor die aanvalle in Amerika nie. Die video wat op die webtuiste beskikbaar gestel word, is feitlik in die geheel van nuusagentskappe bekom. Maar, soortgelyk aan CNN wat hul eie kameras op die toneel gehad het, bied die SAUK se webtuiste 'n wye verskeidenheid materiaal oor die gebeure van die dag en daaropvolgende verwickelinge, tot en met die aanvalle op die al-Qaeda netwerk in Afghanistan. Van die materiaal, soos wat 'n Suid-Afrikaanse oogpunt op die gebeure dit toegelaat is, is wel deur die SAUK geskep.

Sowat twintig bydraes doen hulleself voor op die webtuiste. As 'n mens kyk na die eerste van die bydraes, is dieselfde negatiewe punte wat oor die bydraes op CNN en die BBC opgehaal is, weer te noem. Die bydrae is lank, in hierdie geval meer as vier minute, wat beteken dat haakplekke met die terugspeel ontstaan. Wat opvallend is van hierdie eerste bydrae is dat, in teenstelling met CNN en die BBC, daar nie kommentaar gelewer word deur 'n joernalis nie. Die video lyk soos goed geredigeerde agtergrondmateriaal wat aan die Internetgebruiker voorgehou word, om sy eie afleidings en gevolgtrekkings te maak. Dit is, volgens my, een van die meer positiewe maniere waarop die Internet se medium gebruik is. So 'n bydrae sal moeilik op die televisie werk, tyd is te kosbaar, maar dit verleen 'n nuwe dimensie aan nuusberigte op die Internet.

Verdere materiaal verval in die ou slagkat van televisieberigte wat gedigitaliseer word en net so op die Internet geplaas is, maar daar is 'n paar videosnitte wat wegbreek van die tradisionele metodes. Die 20 sekonde lange snit van Suid-Afrikaanse toeriste wat op die lughawe sit en wag dien as voorbeeld van die gebruik van video op die Internet, anders as wat op televisie gesien sal word. Wat ook anders is op dié webtuiste is dat die lengte van die videosnitte aan die gebruiker gegee word voordat die inligting van die Internet getrek word. Daar is 'n paar bydraes wat langer as drie, en selfs vier, minute is, maar die keuse om groot hoeveelhede inligting te trek word aan die gebruiker oorgelaat.

Die res

Die SAUK skryf nie in op enige foto-agentskappe se dienste nie. Al die foto's wat op die webtuiste gebruik word, is dus stilfoto's wat uit videomateriaal gemaak is. Dit is opmerklik op sekere van die artikels, maar met 'n voorval soos 11 September 2001 (waar daar in elk geval net

videomateriaal van die eerste gebeure beskikbaar is) is die beperking eintlik tot voordeel van die SAUK. Die beelde wat op die voorblad en op die fotoblaaie geplaas is, is groot. Die bladsye laai egter vinnig omdat daar slegs vier of vyf foto's beskikbaar gemaak word. Dit kan die gebruiker pas wat slegs 'n oorsig van die dag se gebeure wil sien, maar dit gebruik nie die Internet se dra vermoë nie.

Daar is geen klank beskikbaar op die webtuiste nie. 'n Magdom klankmateriaal is beskikbaar om die gebeure in Amerika. Van die materiaal, soos kommentaar, is in Suid-Afrika geskep en dit is 'n gemis op die webtuiste om niks daarvan te sien nie.

Daar is 'n beperkte gebruik van grafieke, d.m.v. 'n tydlyn en twee voorstellings van die aanvalle op die World Trade Center en die aanval op die Pentagon.

Samevatting

Al die elemente wat beskikbaar is om nuus op die Internet aan te bied is te vind op die SAUK se webtuiste. Van die elemente, soos die grafiese kuns en die video's, gebruik die unieke kwaliteite van die medium goed en dit kan as voorbeeld gebruik word vir ander pogings om nuus oor te dra. Die gebrek aan klank is egter 'n teleurstelling.

'n Groter gemis is die gebrek aan interafhanklikheid tussen die verskillende elemente op die webtuiste. Al die bydraes word onder kategorieë geplaas (video, tydlyn, fotoblad, teks) en nie een van die kategorieë skakel verder met mekaar nie. Daar is geen verband tussen nuusteks en video nie, en geen skakel tussen die video en bv. die foto's of die tydlyn nie. Die grondslag vir 'n goeie Internet-voordrag word gelê, maar die geheel ontbreek steeds.

Hoofstuk 5

'n Model vir die gebruik van klank as hulpmiddel om nuus op die Internet aan te bied.

The media work with words, images, sound, or a mixture of all three. These have their own rules and conventions, but it is only when we experience the breaking of their rules, or stop to think how many of those rules we know, that we question the "naturalness" of the image and sound combinations we have learned (Branston & Stafford, 1996: 5).

Die Internet is die jongste poging om nuus aan die massas oor te dra. Terwyl die woorde van Branston & Stafford nie spesifiek op die Internet gerig is nie, is dit veral toepaslik op die model wat ek wil voorstel vir die gebruik van klank (dit is net so toepaslike op video en grafika) op dié medium.

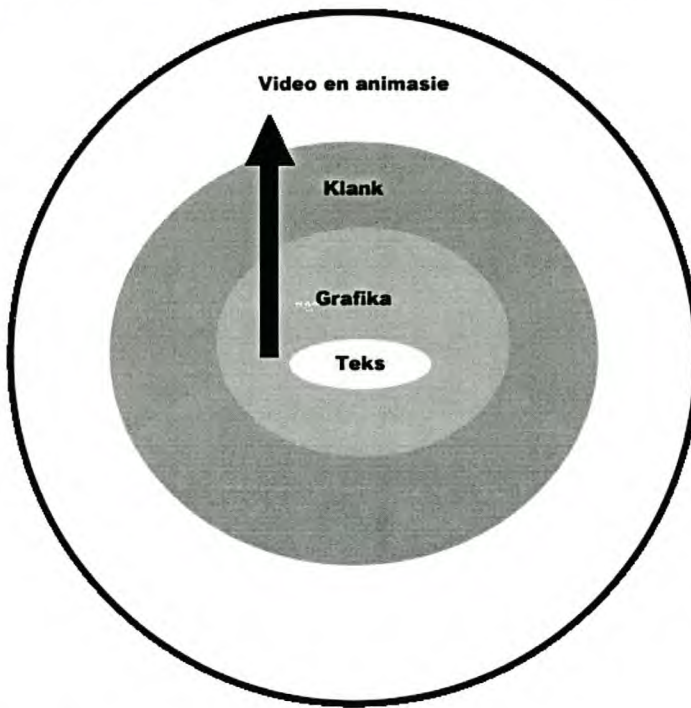
Ek stel voor dat daar twee kenmerke is wat die aanbieding van nuus op die Internet verskillend maak van die tradisionele media. Ten eerste, terwyl dieselfde hulpmiddels (klank, video, teks en grafika) beskikbaar is om inligting oor te dra, is die samevoeging van die vier in 'n enkele medium uniek. In die tweede plek, en dit volg op die eerste kenmerk, kan dié vier hulpmiddels 'n multimedia-geheel skep van interafhanklike teks, video, grafika en klank wat saam 'n nuwe produk daarstel.

Natuurlik verdring bogenoemde twee kenmerke nie die tradisionele beginsels van nuusverspreiding nie. Rosenbaum en Dinges (1992: xi) se voorgestelde kenmerke van 'n goeie radiojoernalis ('n uitmuntende joernalis, met goeie skryfegniek, goeie vervaardigingstegniek en 'n bogemiddelde luisteraar) is net so van toepassing op die vervaardiging van nuus vir die Internet.

Klank as deel van die interafhanklike geheel

Omdat teks uit die kleinste hoeveelheid data bestaan, word dit die vinnigste op die Internet versprei. Baie Internetgebruikers het beperkte infrastruktuur en in sommige gevalle is teks die enigste medium tot hulle beskikking op die Internet.

Teks is dus sentraal tot die Internet as nuusmedium en behoort, na my mening, die kern te vorm van die nuusberig.



Figuur 3

Grafika, hetsy grafiese kuns of foto's, dra die tweede minste data en word dus die tweede vlak (fig. 3) van die nuusberig. Klank is op die derde vlak en laastens volg animasie en video.

Wanneer die joernalis/vervaardiger sy nuusberig beplan, moet hy/sy in ag neem dat elkeen wat die Internet gebruik, toegang sal hê tot teks. Die

kerninligting van

die nuusberig moet daarom in teks weergegee word. Soos die data-inhoud uitkring (fig. 3), moet minder belangrike inligting daarin opgesluit word. (Hoe meer data in die medium, hoe minder gebruikers het toegang en hoe minder belangrike inligting moet daarin vervat word.) Wanneer die joernalis/vervaardiger dan beplan vir die gebruik van klank in die nuusberig, moet die inligting wat daarin opgesluit is in der waarheid meer van agtergrondwaarde wees as wat dit wesenlike inligting (waarsonder die Internetgebruiker verwar kan word) bevat.

Die Internetgebruiker sal byvoorbeeld na die klank luister terwyl, of nadat, hy die teks gelees het. Die basiese inligting, die wie wat waar wanneer waarom hoe, sal ideaal gesproke in die teks weergegee word. Die eerste kring multimedia, soos gesien in fig. 3, is beskikbaar in die grafiese voorstellings (foto of grafiese voorstelling).

Soos met radionuus, is nuusklank op die Internet een, 'n kombinasie van, of 'n samevoeging van al drie die verskynsels van nuusklank. Dit is agtergrondklank, klankgrepe en/of stemverslae. 'n Kernverskil tussen nuus op die Internet en radionuus is dat agtergrondklank op sy eie

gebruik kan word en steeds waarde tot die Internet-nuusberig kan toevoeg.

Waar 'n klankgreep by teks op die Internet gevoeg word, stel ek voor dat die definisie van Johnson in hoofstuk 1 gevolg word. Johnson beklemtoon die sinvolle gebruik van die klankgreep (m.a.w. dat dit meer aan die Internetgebruiker moet bied as wat in die teks weergegee word), goeie klankgehalte (enige distorsie blyk te versleg op die Internet) en hy stel voor dat die klankgreep tussen 10 en 15 sekondes lank moet wees (Johnson: 2002).

Agtergrondklank, volgens die definisie in hoofstuk een, word deur die joernalis op 'n eerlike manier op die nuustoneel versamel en aangebied om inligting, in sekere gevalle sonder woorde, aan die gebruiker aan te bied. (Een voorbeeld van agtergrondklank is waar die joernalis byvoorbeeld die geroep van 'n seekgeselskap opneem en aan die Internetnuusberig skakel om atmosfeer te skep.) Wanneer agtergrondklank sonder 'n klankgreep of 'n stemverslag op die Internet aangebied word, is dit belangrik om dit aan die gebruiker te omskryf en sodoende betekenis aan die klank te heg.

Die stemverslag, volgens die definisie in hoofstuk 1 'n poging deur die joernalis om die nuus so dit omskryf dat die persoon wat daarna luister 'n prentjie in sy verbeelding skep, kan nog meer geskaaf word as die agtergrondklank en die klankgreep om waarde tot die teks te voeg. Dit is nie nodig om feite soos die wie, wat, waar, wanneer en hoe weer te gee nie, dit is reeds gedoen in die nuusteks. Wanneer die joernalis dan 'n stemverslag saamstel vir gebruik op die Internet, moet die feite in ag neem wat in teksformaat op die webtuiste geplaas gaan word. Omdat die herhaling uitgeskakel word, laat dit ruimte vir die skepping van atmosfeer om meer diepte aan die Internetproduk te gee.

As 'n hipotetiese bom wat by die Bishop Lavis-polisiestatie ontplof gebruik word om die Internetmodel te illustreer, kan daar begin word deur te beplan om die wesenlike feite (die wie, wat, waar, wanneer en selfs die hoekom) in teksformaat op die webtuiste te plaas. Die belangrikste aanhalings (byvoorbeeld kommentaar van die stasiebevelvoerder en 'n ooggetuie) kan ook by die **teks** ingesluit word. Die voorgestelde teks kan dan so lyk:

**Bom los Bishop Lavis polisie buite aksie (Maandag
11/10/2003 - 10:15)**



Foto

'n Bom het vanoggend omstreeks 02:00 by die Bishop Lavis-polisiestatie op die Kaapse Vlakte ontplof. Niemand is in die ontploffing beseer nie, maar skade is aan die gebou en die polisiestatie se rekenaar- en elektrisiteitsnetwerk aangerig.

Die stasiebevelvoerder, Supt. James Davids, sê verskeie leidrade is reeds op die toneel gevind, maar niemand is nog in verband met die voorval in hegtenis geneem nie. "Die bomplanters was nie baie professioneel nie, hulle het sommer van die gereedskap wat hulle gebruik het om die bom teen die muur vas te maak hier laat lê." Davids sê vingerafdrukke wat op die toneel gevind is, word reeds met dié van verdagtes vergelyk.

'n Ooggetuie, wat nie sy naam genoem wil hê nie, sê hy was by die polisiestatie om 'n klag van rusverstoring te lê toe die bom ontplof het. Hy sê die slag was oorverdowend. "En die stof en dele van die dak het op ons neergereën in die aanklagkantoor. Ek het gedog dit is die einde."

Die polisie in Bishop Lavis gaan voort met hul dagtake, maar omdat die rekenaar-netwerk nie werk nie word saaknommers vir nuwe klagtes wat hier ingedien word vanaf die polisiestatie in Bellville uitgereik. Supt. Davids sê tegnici hoop om die rekenaars voor môre aan die werk te hê.

As **agtergrondklank** kan die vervaardiger/joernalis van die klank wat op die toneel opgeneem aan die teks skakel. As die joernalis gelukkig was, kan dit 'n opname van mense wees wat op mekaar skreeu tydens die chaos ná die ontploffing, maar selfs die klank van die opruimingsproses of speurders wat met mekaar praat oor die leidrade (of die gebrek daaraan) sal die Internetgebruiker nader aan die gebeure bring. Soos reeds gesê, is hierdie moontlikheid uniek aan nuus op die Internet.

Die **klankgrepe** wat aan die nuusteks geskakel word, sal nie weer die stasiebevelvoerder en ooggetuie se aanhalings, soos wat in die teks weergegee is, wees nie. Selfs al is dit deur die joernalis opgeneem. Meestal is onderhoude tot vyf minute lank en dit behoort nie moeilik te wees om meer lyf te gee aan die artikel deur ander klankgrepe aan die

teks te skakel nie. As die stasiebevelvoerder dan aangehaal word in die teks wat sê daar is duidelike leidrade wat hulle gou op die spoor van die bomplanters behoort te plaas, kan 'n aanhaling waar hy byvoorbeeld sê die bom het al hulle rekenaars beskadig, maar geen data het verlore gegaan nie, as 'n klankgreep gebruik word.

Waar die inleidingsparagraaf in radionuus die luisteraar se aandag op die stemverslag (of klankgreep) vestig, dien die nuusteks op die Internet hierdie doel. 'n Kort prikkel oor die skakel ná die klank kan egter gebruik word om aan die gebruiker te verduidelik hoe die klank met die teks verbind is, of om byvoorbeeld die nuusmaker wat praat te identifiseer, is belangrik. Die prikkel is in der waarheid die skakel tussen die klank en die nuusteks.

Byvoorbeeld:

Klankskakel

(Die prikkel wat verskyn as die muis na die skakel gewys word sal die

volgende sê: *Supt. Davids sê die skade aan die rekenaarnetwerk is nie permanent nie.*)

"Ons het niks van die data op die rekenaars verloor nie, dit is net 'n tegniese probleem wat soos wat ons nou hier praat opgelos word. Ons het in elk geval backups van al die inligting op die stelsel."

'n **Stemverslag** deur die joernalis kan dan 'n beeld aan die Internetgebruiker skep van hoe dit lyk waar die bom ontplof het, hoe die mense verdwaas rondloop en hoe mense met hulle normale dagtake voortgaan ná die ontploffing. Waar die agtergrondklank en klankgreep dus die Internetgebruiker na die toneel bring en nog feite verskaf, kan die stemverslag gesien word as 'n hulpmiddel om die prentjie in te kleur en 'n geheelbeeld te skep.

Byvoorbeeld:

Klankskakel

(Die prikkel kan hier soos volg lees: *Tinus de Jager was op die toneel van die ontploffing*)

Polisievoertuie van regoor die Kaapse Vlakte is nog steeds saamgetrek by die Bishop Lavis-polisiestase en deskundiges is besig om die gebied rondom die toneel te fynkam. Gelukkig reën dit nie en die polisie hoop om vingerafdrukke te kry op 'n tang en 'n rol kleefband wat moontlik deur die bomplanters op die toneel gelaat is.

Nuuskierige inwoners van die omgewing het 'n paar vrae aan die polisie gestel, maar die meeste van hulle is terug na

hul huise. Dit lyk nie of ontploffings so dié meer sulke groot nuus is nie - een van die inwoners het in die wegstap gesê hulle kyk nie meer na ontploffings as daar nie ten minste drie mense dood is nie.

Tinus de Jager, Bishop Lavis.

Deur die klank dan aan die teks te hak kan die joernalis/vervaardiger die Internetgebruiker nader aan die nuusgebeure bring en ook inligting (hetsy feite, emosie of selfs net die geloei van 'n sirene) aanbied wat die nuusberig 'n verdere dimensie gee. Hoewel dit ook op 'n lukrake manier kan gebeur deur enige klank (soos volledige onderhoude, of tien-minute-lange agtergrondklank) aan die teks op die webtuiste te hak, sal die poging meestal verlore gaan weens die tyd wat die Internetgebruiker moet insit om self deur inligting te sif en uiteindelik iets meer as wat in die teks geskryf staan, te vind.

Na my mening is dit die joernalis/vervaardiger se plig om die klank, net soos die video, die beeld en die teks, te sif en in 'n verteerbare "pakkie" aan te bied. Meer materiaal, hoewel dit vir seker Internetgebruikers van belang kan wees, hoort eerder op 'n geskiedenis- of argiefwebtuiste as by nuus.

Samevatting

Klank moet nie as 'n eenheid gesien word wat onafhanklik van die res van die elemente van 'n Internetnuusartikel gebruik kan word nie.

Wanneer klank by die geheel van die Internetartikel ingesluit word, moet die uitleg en rol van die klankbydraes beplan word, saam met die res van die artikel, om 'n interaktiewe eenheid te vorm.

Die grondbeginsels vir die goeie gebruik van klank op die Internet verskil nie van die beginsels wat deur die jare deur radiojoernaliste verfyn is nie. Deur slegs klank te digitaliseer en dit op die Internet te plaas, word die Internet as 'n nuusmedium egter nie uitgebou nie. Die onbeplande gebruik van klank doen eerder afbreek aan nuus op die Internet. Ook waar nuusklank wat beplan is vir gebruik op radio onveranderd op die Internet gebruik word, word die medium nie tot sy volle potensiaal benut nie.

Hierdie gedagte behoort onderliggend te wees aan elkeen van die media (hetsy teks, klank, grafika of video) wat deel uitmaak van 'n Internetnuusberig. Die joernalis wat nuus op die Internet skeep, moet dus al die media tot sy beskikking in ag neem wanneer die beplanning van 'n nuusberig vir die

Internet gedoen word. Waar 'n enkele joernalis/vervaardiger nie oor die vaardighede in elkeen van die media beskik nie, kan van meer as een vervaardiger gebruik gemaak word om, in oorleg met die ander wat die Internetnuusberig daarstel, 'n samehangende eenheid daar te stel.

In hierdie proses moet die kenmerke van elkeen van die mediums, en ook die kenmerke van die Internet as nuusmedium, in ag geneem word om inligting effektief aan Internetgebruikers oor te dra. Daarsonder bly die Internet 'n samevoeging van die tradisionele media en ontwikkel dit nie in 'n moderne werktuig om nuus op 'n relatief goedkoop manier in multimedia aan nuuskieriges oor te dra nie.

Gevolgtrekking

Radio affects most people intimately, person-to-person, offering a world of unspoken communication between writer-speaker and the listener. That is the immediate aspect of radio... Highly literate societies, that have long subordinated family life to individualist stress in business and politics, have managed to absorb and to neutralize the radio implosion without revolution. Not so, those communities that have had only brief or superficial experience of literacy. For them, radio is utterly explosive. (McLuhan: 1964: 299-300)

McLuhan sê ná die koms van televisie het radio se rol van die sentrale bron van inligting verskuif na 'n medium wat meer gespesialiseer is en meer aan die individu bied. (1964:307) Die beginsels wat ontwikkel is om klank op 'n effektiewe manier oor te dra, is aangepas (as McLuhan se teorie aanvaar word) om meer as net inligting aan die massas oor te dra. Wanneer daar dus na die Internetmodel gekyk word, dien die gebruik van radiobeginsels en die verdere ontwikkeling daarvan, tot die verbetering van die eindproduk. Met die ontwikkeling van die aanbieding van klank, is 'n nuwe dimensie aan die oordrag van inligting op die radio gegee. Met die gebruik van hierdie ontwikkeling, en die verdere ontwikkeling (soos die beskikbaarstelling van agtergrondklank) op die Internet, voeg klank dus 'n verdere dimensie by tot die aanbied van nuus op die Internet. In antwoord op die eerste vraag, of klank nodig is om nuus op die Internet oor te dra, is die antwoord dus positief as die medium te volle benut wil word. Net soos die radio moes ontwikkel om te bly voortbestaan met die koms van televisie, sal nuusklank op die Internet moet ontwikkel om die gebruiker meer te bied as wat hy op die radio kan vind. Dieselfde argument geld ook vir video. Omdat die Internet stadiger is as die uitsaainetwerke, kan dieselfde materiaal nie bloot weergegee word nie.

In die eerste hoofstuk is die basiese formaat wat gebruik word om nuus op die radio oor te dra opgebreek in nuusteks en nuusklank. Nuusklank is verder opgedeel in klankgrepe, stemverslae en agtergrondklank. Dit is dieselfde onderdele wat aan die joernalis/vervaardiger van 'n Internetnuusberig beskikbaar is.

In die tweede hoofstuk is gekyk na die Internet as 'n medium en vyf webtuistes is met mekaar vergelyk om te sien wat hulle gebruik om inligting effektief op dié medium oor te dra. Die webtuistes, met die uitsondering van

NationalGeographic.com, maak gebruik van beginsels wat reeds lank vasgelê is in die oordrag van nuus deur koerante, radio, en televisie en daar word min gedoen om die potensiaal van die Internet ten volle te gebruik. Die tydskrifstyl wat in Nationalgeographic.com gebruik word, word voorgehou as 'n verbetering op die ander drie webtuistes. Terwyl daar egter goeie teks, klank en video op die webtuistes te sien is, en nuus dus effektief oorgedra word, is daar min sprake van 'n onderlinge samewerking van die elemente om die Internet as nuusmedium tot sy reg te laat kom.

Die derde hoofstuk kyk na die vereistes wat aan Internetjoernaliste/vervaardigers gestel word om met die verskillende media wat beskikbaar is om te gaan. Die bevinding is dat terwyl die joernalis/vervaardiger ideaal vaardig in al die media tot sy beskikking moet wees, dit nie noodwendig duurder sal wees om 'n goed deurdagte produk wat die Internetmedium ten volle benut daar te stel nie.

Wat tegnologie betref, blyk dit dat die Internet as medium slegs aan die begin is van sy ontwikkeling. Die joernalis/vervaardiger moet aan die voorpunt van ontwikkeling bly om te verseker dat die nuuswebtuiste aanhou om tegnologie ten volle te benut en om aan die Internetgebruiker waarde vir sy/haar geld te bied.

In die vierde hoofstuk word die multimedia nuusdekking oor 'n spesifieke nuusgebeurtenis van drie webtuistes wat toegang het tot klank, video en teks met mekaar vergelyk. Daar is gekyk na die gebruik van die grondbeginsels van die gebruik van klank om nuus op die radio oor te dra op die webtuistes en, terwyl daar gevind is dat hierdie beginsels meestal gevolg word, word daar min gedoen om die produk eie aan die Internet te maak. Dit geld nie net vir die klank wat op die nuuswebtuistes gebruik word nie, maar ook vir die video, die grafika en die teks.

In die vyfde hoofstuk is die voorafgaande inligting gebruik om 'n model daar te stel vir die daarstelling van 'n meer effektiewe aanwending van klank om nuus op die Internet oor te dra. Die bevinding dat die grondbeginsels van klank op die radio van toepassing is op die effektiewe gebruik van klank op die Internet is as beginpunt gebruik. Daar word egter voorgestel dat die media tot beskikking van die joernalis/vervaardiger van 'n Internetnuusartikel as 'n eenheid aangewend word, met elke medium (spesifiek klank) wat waarde toevoeg tot die geheel. Elkeen van die onderlinge multimedia wat beskikbaar is op die Internet

moet dus in verband met die ander media gesien word om behoorlik gebruik te word.

Die gebruik van klank op die Internet om nuus te vertel kan, en behoort dus, 'n integrale deel van die Internetproduk te wees.

Klank op sy eie, soos dit op die radio gebruik word om nuus aan te bied, is nie 'n effektiewe manier om nuus op die Internet aan te bied nie. Die Internet kan baie meer bied as net dit. As die Internet net nog 'n manier was om radio op te vang, sou die beginsels van effektiewe nuusaanbieding op die radio net so van toepassing gewees het. Die Internet bied aan die joernalis/vervaardiger, en ook daarom aan die teikengehoor, 'n nuwe medium wat uit 'n samevoeging van tradisionele media ontstaan. Nuusklank op die Internet behoort dus anders te wees as die nuusklank wat op die radio uitgesaai word.

Bibliografie:

- Branston, Gill & Stafford, R; *The Media Student's Book*; 1996; Routledge; New York
- Bliss, Edward & Patterson, John M; *Writing News for Broadcast*; 1971; Columbia University Press; New York
- Brooks, Brian S; *Journalism in the Information Age*; 1997; Allyn and Bacon; Boston
- Fang, Irving E; *Television News, Radio News*; 1968; Rada Press; Minnesota
- Hall, Edward T; *The Hidden Dimension*; 1969; Anchor Books; New York
- Henderson, M; *ABC Online*; E-mail onderhoud 2001
- Hirsch, E D, Kett, Joseph F & Trefil, James; *The Dictionary of Cultural Literacy*; 1993; Houghton Mifflin Company
- Johnson, L; *Radio Oranje*; E-mail onderhoud 2002
- Rosenbaum, Marcus D & Dinges, Johan (editors); *Sound Reporting*; 1992; Kendall/Hunt Publishing Company; Iowa
- McLuhan, Eric & Zingrone, Frank; *Essential McLuhan*; 1997; Routledge; London
- McLuhan, M; *Understanding Media, The Extensions of man*; 1964: Ark Paperbacks: London and New York